

MESTRADO INTEGRADO EM ARQUITETURA E
URBANISMO.

ESPACIO URBANO DE TUI Y URBANISMO COMERCIAL

EVA ÁLVAREZ EXPÓSITO
ORIENTADOR: PROF. DAVID VIANA

VILANOVA DE CERVEIRA, MARÇO 2014

PREÁMBULO

Disertación desarrollada para la obtención del grado de Mestre em Arquitectura e Urbanismo, presentada en la Escola Superior Gallaecia y realizada por la alumna Eva Álvarez Expósito nº 518.08, encuadrada en la Unidade Curricular Projecto-Disertação del Mestrado Integrado em Arquitectura e Urbanismo. Fue orientada por el Profesor Doctor Arq. David Viana entre mayo de 2013 y marzo de 2014.

Esta investigación se encuadra en el ámbito del urbanismo, cuyo título “Espacio urbano de Tui y urbanismo comercial” refleja el objeto de estudio, focalizado en el análisis de las dinámicas urbanas de Tui, con la finalidad de identificar los principales elementos que ayuden a mejorar la situación urbana y comercial de la ciudad.

AGRADECIMIENTOS

A mi orientador, David Viana, por su constante apoyo y darme el impulso necesario para llevar a buen puerto este trabajo.

A la cámara de comercio de Tui junto con los comerciantes, por toda la información dada y a todas las personas que colaboraron desinteresadamente, aportando su punto de vista a través de la contestación a las encuestas.

Al Archivo Histórico de Pontevedra por toda la información facilitada.

A todas las personas que colaboraron con la prestación de libros o informaciones referentes al tema de la disertación, en especial a Joaquim Flores.

A mis compañeros, destacando a Bruna, por creer en mí durante este proceso y su apoyo y a Nacho por la ayuda facilitada y su interés mostrado.

A Jose, especialmente por su comprensión, cariño, ánimo y apoyo durante este tiempo.

Y fundamentalmente, a mis padres, por confiar en mí y ser el sustento económico durante estos años y, a mi hermana por su alegría y optimismo.

RESUMEN

La ciudad de Tui, situada al suroeste de la provincia de Pontevedra, fue el contexto escogido para realizar esta Disertación, centrada en el comercio y el urbanismo de dicha ciudad. Esta, destaca por su centro histórico-artístico, el cual viene padeciendo un deterioro importante a nivel arquitectónico y urbano en los últimos años, tras las diversas transformaciones sociales, económicas y políticas, que permitieron el desenvolvimiento de la ciudad con nuevas necesidades.

El objeto de estudio de este trabajo es el espacio urbano de Tui, identificado mediante una lectura diacrónica de la situación del comercio. Los objetivos se centraron en determinar el impacto del abandono del centro histórico, mediante las dinámicas urbanas, focalizándose principalmente en las actividades comerciales, para poder definir, posteriormente, indicadores prospectivos para la regeneración del centro histórico, con base en el urbanismo comercial. Estos indicadores, servirán de base para en un futuro poder mejorar la situación en la que se encuentra la ciudad.

La metodología de esta Disertación se basó fundamentalmente en tres fases. En la primera, se realizó una contextualización política, social y principalmente económica de Tui, de modo a poder profundizar un mayor conocimiento de la ciudad en la que se va a realizar el trabajo. Seguidamente se efectuó una revisión del estado de arte, con respecto al urbanismo comercial para poder asentar el posterior análisis de la ciudad mediante la convergencia y la interrelación de los datos anteriores. Para este cometido fue necesario utilizar el análisis documental, datos socioeconómicos, la encuesta o la observación directa. Además de la superposición de elementos gráficos para poder plasmar una lectura crítica e interpretativa del espacio urbano de Tui.

De este modo, se han podido observar las grandes transformaciones en la estructura comercial y urbana de la ciudad debido a los cambios experimentados por la sociedad en las últimas décadas. Asimismo, se han estudiado los diferentes desplazamientos y hábitos de los tudenses, así como sus preferencias o necesidades para poder profundizar más en el estudio de la ciudad de manera más directa.

Por último, tras el análisis y la convergencia de datos, se han podido establecer las condiciones finales sobre el estado actual de la ciudad y como este podría ser mejorado para que la estructura comercial, actualmente en decadencia por la situación que se está viviendo, pueda mejorarse y ayudar a que el centro histórico recupere su vitalidad.

Palabras clave: Urbanismo comercial, Tui, dinámicas urbanas.

RESUMO

A cidade de Tui, situada no Sudoeste da província de Pontevedra, foi o contexto escolhido para realizar esta dissertação, centrada no comércio e urbanismo da cidade referida. Esta, destacada pelo seu centro histórico-artístico, o qual vem sofrendo uma importante deterioração a nível arquitetónico e urbano nos últimos anos, após as diversas transformações sociais, económicas e políticas, que permitiram o desenvolvimento da cidade com novas necessidades.

O objeto de estudo deste trabalho é o espaço urbano de Tui, identificado mediante uma leitura diacrónica da situação do comércio. Os objetivos centram-se em determinar o impacto do abandono do centro histórico, através das dinâmicas urbanas, focalizando-se principalmente nas atividades comerciais, para poder definir, posteriormente, indicadores prospetivos para a regeneração do centro histórico, com base no urbanismo comercial. Estes indicadores servirão de base para num futuro se poder melhorar a situação em que se encontra a cidade.

A metodologia da investigação baseou-se fundamentalmente em três fases. Na primeira, realizou-se uma contextualização política, social e principalmente económica de Tui, de modo a poder aprofundar um maior conhecimento da cidade na que se vai realizar o estudo. Seguidamente efetuou-se uma revisão do estado da arte, relativamente ao urbanismo comercial para poder aplicar a posterior análise da cidade mediante a convergência e a inter-relação dos dados anteriores. Para esta finalidade foi necessário utilizar a análise documental, dados socioeconómicos, inquéritos ou a observação direta. Também foi realizada uma sobreposição de elementos gráficos para poder obter uma leitura crítica e interpretativa do espaço urbano de Tui.

Deste modo, foi possível observar as grandes transformações na estrutura comercial e urbana da cidade devido às mudanças experimentadas pela sociedade nas últimas décadas. Também foram estudados as diferentes deslocações e hábitos dos tudenses, assim como as suas preferências ou necessidades para poder aprofundar mais no estudo da cidade de maneira mais direta.

Por último, após a análise e a convergência dos dados foi possível estabelecer as condições finais sobre o estado atual da cidade e como esta poderia ser melhorada para que a estrutura comercial, atualmente em decadência pela situação que se está vivendo, possa ser melhorada e ajudar a que o centro histórico recupere a sua vitalidade.

Palavras chave: Urbanismo comercial, Tui, dinâmicas urbanas.

ABSTRACT

The city of Tui, situated southwest of the province of Pontevedra, was the context chosen for this dissertation focused on the trade and the urbanism of the city. The city, noted for its historical and artistic centre, has been suffering a significant deterioration on architectural and urban levels in recent years, following the various social, economic and political transformations, which allowed the development of the city with new needs.

The purpose of this paper is to study the space urban of Tui, identified by a diachronic reading of the trade situation. The objectives were to determine the impact of the abandonment of the historic centre by urban dynamics, focusing mainly on commercial activities, to subsequently define prospective indicators for regeneration of the historic centre, based on the commercial development. These indicators form the basis for a future the situation in which the city lies will be improved.

The methodology of this dissertation was based mainly on three stages. In the first one, a political, social and economic contextualization of Tui is presented, in order to be able to dig a deeper knowledge of the city where all the work will be performed. Then a review of the state of the art was created with respect to the commercial development. It was made to settle the subsequent analysis of the city through convergence and interrelation of the above data. For this purpose it was necessary to use the document analysis, socioeconomic data, survey or direct observation. Moreover, it was used the overlapping of graphic elements to capture a critical and interpretive reading of urban space in Tui.

Thus, it was possible to observe the major changes in the commercial and urban structure of the city due to those experienced by society in recent decade changes. Also, we have studied the different movements and habits tudenses and their preferences or needs to go deeper into the study of the city more directly.

Finally, after the analysis and data convergence, it has been able to establish the final terms of the current state of the city and how it could be improved so that the trade structure, currently in decline for the situation we are living, can be improved and help the historic centre to regain its vitality.

Keywords: Commercial urbanism, Tui, Urban dynamics.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PREÁMBULO

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

RESUMO

ABSTRACT

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Contextualización y justificación de la problemática	21
1.2. Objetivos.....	22
1.3. Metodología	23
1.4. Estructuración de contenidos.....	29

II. ENCUADRAMIENTO TEÓRICO

2.1. Evolución del comercio en la península ibérica.....	33
2.1.1. Nuevos formatos comerciales	34
2.1.2 El planeamiento comercial	37
2.1.3 Horarios comerciales	39
2.2. El estudio del urbanismo comercial.....	40
2.2.1. Programas influyentes en el urbanismo comercial.	44
a) Los Programas americanos.	45
b) El programa Inglés	46
c) Los programas portuguesas.	49
d) Los programas Españoles.....	50

III. CARACTERIZACIÓN GENERAL Y DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES

3.1. Dinámicas territoriales y geográficas.....	58
3.1.1. El desenvolvimiento del centro histórico en el contexto gallego.	61
3.1.2. La situación fronteriza	64

3.2. Estructural social y administrativa	67
3.2.1. Aspectos culturales, costumbres y hábitos	67
3.2.2. Estrategias y legislación/normativa legal.	69
3.2.3. Demografía, población y densidades	71
3.3. Condiciones económicas y productivas	75
3.3.1. Estructura productiva y sus principales actividades económicas	76
a) Agricultura y ganadería	76
b) La pesca	79
c) El artesanado	80
d) La industria	82
3.3.2. Tipo de comercio dominante	83
a) La sal	84
b) El vino	86
c) Otros productos comerciales	87
3.4. Aspectos tipo-morfológicos	89
3.4.1. Estructura, sistemas y redes	90
3.4.2 Características tipológicas y edificatorias	97
3.4.3 Equipamientos	101

IV. EVOLUCIÓN DEL COMERCIO A PARTIR DE 1985

4.1. Análisis topo-morfológico	106
4.2. Análisis Tipo-morfológico	118
4.2.1 Plantas.....	118
a) Establecimientos inferiores a 50 metros cuadrados.....	118
b) Establecimientos entre 50 y 100 metros cuadrados.	120
c) Establecimientos superiores a los 100 metros cuadrados.....	120
4.2.2 Composición de las fachadas.	122
4.2.3 Uso de los establecimientos.	126

V. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA EN LOS CUESTIONARIOS

5.1 Factores externos que afectan indirectamente al comercio	136
5.1.1. ¿Cuáles son los tres lugares/elementos más representativos de Tui?	136
5.1.2 ¿Cuáles son los lugares a los que sueles acudir en el centro histórico?	140
5.1.3 ¿Cuáles son los elementos/lugares de Tui que menos te gustan?	154
5.1.4 ¿A qué lugares de Tui sueles ir a pie?	156
5.1.5 ¿Tiene coche propio?, ¿Conduce habitualmente? y ¿Tiene plaza de aparcamiento?	158
5.2. Análisis del comercio y sus factores directos.	164
5.2.1. Indica tres lugares a los que sueles ir a comprar en Tui. Nombre del establecimiento y calle.	164
5.2.2. ¿Son adecuados los horarios de los establecimientos comerciales a tus necesidades?	178
5.2.3 Indica tres lugares fuera de Tui a los que acude a comprar.	179
5.2.4 ¿Con qué frecuencia acude a comprar fuera de la ciudad de Tui?	183
5.3 Síntesis	187

VI. ANÁLISIS DEL CENTRO URBANO DE TUI MEDIANTE LA MATRIZ “4 AS”

6.1 La accesibilidad	191
6.2 La Atracción	198
6.3 Animación/Belleza Local	204
6.4 Acción	206
6.5 Síntesis	207

VII. CORRELACIÓN Y CONSIDERACIONES GENERALES..... 209

CONCLUSIONES..... 217

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía general

Bibliografía específica

ÍNDICE DE IMÁGENES

ANEXOS

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Contextualización y justificación de la problemática

En los últimos años muchos centros históricos y núcleos urbanos han perdido poder económico, social y político debido a diversas transformaciones ocurridas tras el apareamiento de nuevos procesos económicos. Esta nueva situación conlleva un deterioro importante en dichas ciudades a nivel arquitectónico y urbano.

Las estructuras urbanas de matriz modernista, las zonificaciones de uso, el incremento de periferias, junto con la aparición del automóvil y de los nuevos dispositivos comerciales provocan que los centros de las ciudades hayan venido a disminuir su dinamismo. Es a partir de los años setenta que diversos autores, principalmente de la escuela italiana y francesa, expongan la preocupación por la revitalización de los centros de las ciudades.

Así pues, surge el urbanismo comercial, que intenta revitalizar el usufructo de los espacios públicos a través de diversas políticas, entre las que se encuentra la mejora de la actividad comercial, y la relación de esta con el espacio público y privado, lo que caracteriza las diferentes estrategias para la regeneración del centro de las ciudades.

Dentro de este contexto diversas ciudades, primero americanas y posteriormente europeas, crean programas de urbanismo comercial para la recuperación de sus centros. A través de ellos y mediante la cooperación de diversos organismos, estas ciudades procuran recuperar sus actividades. En el caso concreto del objeto de estudio, la ciudad de Tui, posee la misma problemática respecto a su centro histórico: la pérdida de sus funciones genera calles vacías y, con ello, la degradación del espacio público.

El comercio, fue un factor determinante para la aparición de las ciudades medievales ya que basan su matriz en las relaciones comerciales, en el intercambio de materiales y en el uso mixto de sus funciones. El comercio formó parte de la ciudad, fuese como causa o consecuencia. Por ello la revitalización de las ciudades con esta matriz pasa por este tipo de actividad. En el caso de Tui esta también posee la misma matriz.

“La atracción de actividad que es capaz de generar el equipamiento comercial puede ser causa de revitalización social, y viceversa, un alto grado de vitalidad urbana puede dar origen o ser capaz de renovar el tejido comercial”

(Alonso Velasco, 2004, pág. 320)

En base a la diversidad de estudios y publicaciones referentes a Tui sobre su patrimonio, y su componente histórica a lo largo del tiempo, la relación de un estudio de comercio (factor clave en el desenvolvimiento de la ciudad) y su

relación con el espacio público, se convierte en una oportunidad, dada su inexistencia. De este modo, se pretende reunir y confrontar información histórica y actual existente para poder realizar una interpretación espacial en sus diferentes momentos.

Otra de las razones por la que se justifica esta investigación es la situación actual en la que se encuentra el comercio en el centro de la ciudad, especialmente en la zona histórica, ya que la estructura comercial prácticamente ha desaparecido. Así pues, se pretende analizar las dinámicas de la población tudense respecto al comercio y a la utilización del espacio público bajo el urbanismo comercial, para que en un futuro se puedan definir indicadores para el mejoramiento del centro histórico y urbano de la ciudad.

1.2 Objetivos

El objeto de estudio sobre el que se centrará esta investigación, es la regeneración del núcleo urbano de Tui a partir del urbanismo comercial. Esta investigación será desenvuelta mediante la lectura de programas de urbanismo comercial aplicados a otras ciudades, base que sustentará el análisis de las diferentes dinámicas de Tui. Para su realización, se establecen los siguientes objetivos.

Asimismo, esta investigación tratará de realizar una caracterización de la situación política, social, y principalmente económica de la ciudad a lo largo del tiempo, para determinar los factores claves que le llevaron a la situación actual.

- **Determinar el impacto del abandono del centro histórico de Tui, mediante las dinámicas urbanas, centrándose principalmente en la actividad comercial.**

Mediante el análisis del espacio urbano y comercial de Tui, se pretenderá identificar los principales elementos que le llevaron a la ciudad a su situación actual, y qué elementos podrán ser utilizados para su regeneración. En el análisis de estas dinámicas será fundamental la utilización de diseños gráficos e interpretativos, así como la elaboración de gráficos para poder comprender los diferentes resultados.

- **Definir indicadores para la regeneración del centro histórico y urbano de Tui, a partir del urbanismo comercial**

Este objetivo se constituye como el paso final de esta disertación. Una vez identificadas las principales dinámicas de la ciudad, junto con sus problemáticas, se podrá establecer una serie de indicadores para la mejora de la ciudad, a través del urbanismo comercial. Estos elementos servirán para que posteriormente se puedan abrir nuevos caminos en base a la actividad comercial de la ciudad.

1.3 Metodología

El presente trabajo presenta un estudio de caso (Yin, 2003) centrado en la ciudad de Tui, ya que se procura retratar la realidad comercial de Tui desde una perspectiva completa y profunda de un problema que hasta ahora no ha sido tratado en el municipio, no existe documentación específica sobre el tema, exceptuando los datos recogidos en el INE de una manera cuantitativa. De esta manera el trabajo cobra importancia al recopilar y crear un único estudio sobre este tema, transformando de manera gráfica a través de mapas, diagramas o gráficos estos datos. Para ello, se utilizará una metodología basada en una serie de conceptos centrados en el urbanismo comercial. Toda la fundamentación teórica servirá como base fundamental para el desenvolvimiento de dicho trabajo, siendo desarrollada principalmente en el capítulo de encuadramiento teórico.

En un segundo momento, la estructura del trabajo estará determinado por el análisis histórico-comercial de la ciudad siguiendo una línea temporal, la cual permitirá comprender los cambios que provocaron la situación actual en Tui.

La tercera parte se centrará en el análisis con una mayor profundidad de la época actual; su estructura urbana y comercial en el centro de la ciudad para determinar los factores más influyentes en el desarrollo comercial de Tui. Para llevar a cabo el desenvolvimiento de estas partes es necesaria la confrontación de diversas informaciones procedentes de diversas áreas del conocimiento. Por un lado es necesaria la recopilación y el análisis de datos referentes al contexto de Tui en determinados periodos de la historia. Por otro lado deben integrarse una serie de conceptos sobre el urbanismo comercial para poder realizar el análisis y la comprensión de los problemas que posee la ciudad de Tui a nivel comercial y que serán aplicados a lo largo del trabajo.

Para llevar a cabo este trabajo se utilizan diversos tipos de análisis y técnicas de recogidas de datos como los presentados a continuación:

- Análisis documental: Este tipo de análisis permite obtener una visión clara de las diferentes épocas en Tui respecto a su historia y economía. Es necesario comprender el origen de la ciudad así como sus transformaciones para entender la situación del municipio a nivel comercial y urbano. Las técnicas utilizadas en esta investigación se centran en:

- Análisis documental (Albarello, 1997) de publicaciones literarias sobre la evolución histórica, social y económica de Tui. Publicaciones literarias sobre urbanismo comercial, situación y evolución del comercio en la península, así como también publicaciones referidas al análisis del espacio urbano y temporal de las ciudades en general.
- Análisis documental de fuentes oficiales de información, tanto escritos (Plan Xeral de Ordenación Municipal, Plan Especial de Protección do

Conxunto Histórico, Cámara de Comercio...) como electrónicos como por ejemplo la página web del ayuntamiento.

- Utilización de cartografía antigua para la comprensión e interpretación de la evolución de la ciudad.

-Utilización de fotografías (Bodgan & Biklen, 2006): Estas provenientes mayoritariamente del Archivo Histórico de Pontevedra y de otras fuentes secundarias, que muestran diferentes épocas y contextos sociales de Tui. También será uno de los instrumentos más utilizados para la elaboración de las fichas del levantamiento de los establecimientos junto a la **observación directa y estructurada** (Albano, 1990). Todo ello aportará información referente a su estado, su tipología edificatoria o su estructura interna.

Posteriormente de la recogida y catalogación de todos los datos e informaciones acumuladas se utilizarán otras técnicas e instrumentos de análisis de información centradas ya en una **perspectiva urbana y comercial de la ciudad de Tui**. Dentro de este grupo de instrumentos de análisis podemos destacar los siguientes instrumentos:

-Análisis documental (Albarelo, 1997) de fuentes oficiales como la Cámara de Comercio de Tui o del Instituto Nacional de Estadística para obtención de los datos relacionados con la evolución del comercio.

-Utilización de la fotografía (Bodgan & Biklen, 2006) propia y de fuentes secundarias para enmarcar diferentes situaciones: tipologías, edificios, calles, plazas o paisajes relevantes en el municipio.

-Observación directa (Albano, 1990) para recoger datos sobre los movimientos y desplazamientos de las personas de Tui, así como también para obtener datos sobre las deficiencias que presenta Tui a nivel urbanístico (falta de aparcamiento, iluminación, limpieza calles, estado de situación de las calles y casas, etc.)

-El cuestionario (Sierra Bravo, 2008): Un instrumento imprescindible para la elaboración de esta investigación es el empleo de un cuestionario. A través de las preguntas se pueden obtener la información deseada sobre una determinada cuestión, ya que la simple observación directa ofrece un único punto de vista y opinión respecto al objeto de estudio.

“La finalidad del cuestionario es obtener de manera sistemática y ordenada, información de la población investigada sobre las variables y objeto de la investigación. Esta información generalmente se refiere a lo que las personas encuestadas son, hacen, opinan, piensan, sienten, esperan, quieren o desprecian, aprueban o desaprueban, o a los motivos de sus actos, opiniones y actitudes.”

(Sierra Bravo, 2008, pág. 307)

La elección de este tipo de instrumento de investigación, viene determinado por las siguientes razones:

- Se necesita una gran cantidad de datos para la investigación de este trabajo.
- La opinión de los habitantes de la ciudad resulta clave para la realización de una investigación de urbanismo comercial en la ciudad, al tratarse ellos mismos como parte imprescindible y activa de la investigación. (Balsas, 1999)
- Mayor facilidad al comparar los datos mediante técnicas estadísticas y capacidad de garantizar unos porcentajes de confiabilidad adecuados. Debido a la amplitud de sujetos y aspectos que se pueden abarcar y a la posibilidad de diseñarlo y modelarlo hacen de la observación por encuesta el procedimiento más rápido e inmediato.

Para la elaboración de la encuesta se tienen en cuenta determinados factores como la población a la que se va analizar, la categoría de preguntas y los objetivos a alcanzar con cada una de las cuestiones. Para ello, se realizará una encuesta por muestro a los habitantes del municipio de Tui, pues son los que mejor conocen su ciudad y sus hábitos, descartando a los habitantes menores de 15 años ya que este grupo de edad es dependiente de sus padres o tutores legales. Así pues, tenemos que en Tui en el 2012 según los datos del INE una población total de 17230 habitantes que se ve reducida a 14756 habitantes al descartar los menores de 15 años.

Para establecer el número necesario de cuestionarios y garantizar los grados de confiabilidad y porcentajes de error se empleará la siguiente fórmula de error muestral expuesta por Sierra Bravo (2008) en la que se determinará el número de muestreos a utilizar:

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot e^2 + \sigma^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

n= tamaño de la población a la que realizar las encuestas

σ = grado de confianza de la estimación (para el 95.5% se trata de un sigma de 1.96).

e= error

p= probabilidad de concurrencia= 50

q= probabilidad de no concurrencia= 50

N= número de población

Al aplicar la fórmula para obtener un 95.5% de fiabilidad de nuestra encuesta obtengo como resultado 374 encuestas a realizar. Sin embargo si se realiza la encuesta con un error entre el 5% y el 10% el número de muestreos disminuye como se observa a continuación.

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 50 \cdot 50 \cdot 14756}{14756 \cdot 5^2 + 1.96^2 \cdot 50 \cdot 50} = 374 \quad n = \frac{1.96^2 \cdot 50 \cdot 50 \cdot 14756}{14756 \cdot 10^2 + 1.96^2 \cdot 50 \cdot 50} = 94$$

Por lo que se realizarán un número de encuestas entre 94 y 374 unidades para asegurar un error de muestro de entre el 5% y el 10% y obtener un grado de fiabilidad del 95.5%.

Otro factor determinante para tener una muestra objetiva y que se corresponda con la realidad es la distribución de la encuesta. Por lo que se tendrá en cuenta el porcentaje de la población según el sexo y la edad que recoge la pirámide poblacional (Fig. 2).

Asimismo la distribución de la encuesta es realizada de manera aleatoria para evitar cualquier tipo de contaminación, procurando que estén representados todos los grupos de la ciudad (estudiantes, tercera edad, profesionales que trabajen en Tui...). Además no sólo se buscará personas que vivan en el centro de Tui si no que se pretende que los núcleos más rurales de Tui y representativos estén representados en la muestra. De esta manera se obtienen unos resultados muchos más homogéneos y precisos sobre la ciudad (Fig. 3)

Respecto a la elaboración y redacción de la encuesta¹ se tuvieron en cuenta los tres tipos de preguntas existentes según Sierra Bravo (1998): Las preguntas cerradas, las categorizadas y las abiertas.

Las preguntas cerradas se mostrarán al principio del cuestionario ya que no es necesario un esfuerzo para su contestación. De esta manera se abordará al encuestado de una manera mucho más suave. Estas sólo dan opción al Si o al NO.

Las preguntas categorizadas, presentan como respuesta una serie de categorías entre las que el encuestado debe elegir. Este tipo de preguntas facilitará la categorización y el tratamiento posterior de la información recogida.

Por último el cuestionario cuenta con un número abundantes de respuestas abiertas ya que se intenta conocer y explorar a través de los habitantes de Tui cuáles son sus necesidades y sus hábitos. Al final de la recogida de los cuestionarios este tipo de respuestas serán categorizadas a posteriori como se puede ver en el capítulo V². Según la relevancia de este tipo de preguntas se situarán en el principio, medio o final ya que está demostrado según Sierra Bravo (1998) que a partir del primer tercio del cuestionario es cuando las personas muestran su mayor interés.

¹ En el anexo 1 se encuentran un modelo de cuestionario, así como también los 120 cuestionarios recogidos.

² Este capítulo gira en torno al análisis y tratamiento de los cuestionarios, por lo que se explicarán más detalladamente el tipo de pregunta y sus objetivos.

Antes de lanzar la encuesta a la población esta pasa por un filtro de 10 personas de diferentes grupos de edad para comprobar la formulación de las preguntas de manera a asegurar que estas sean claras, precisas y que se interpreten de manera sencilla.

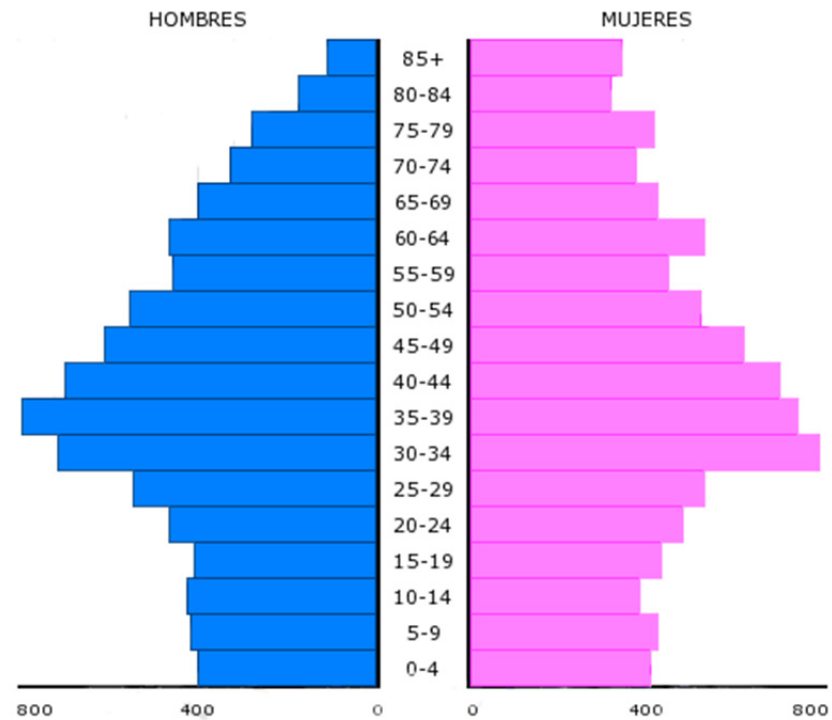


Fig. 2. Pirámide poblacional del 2012

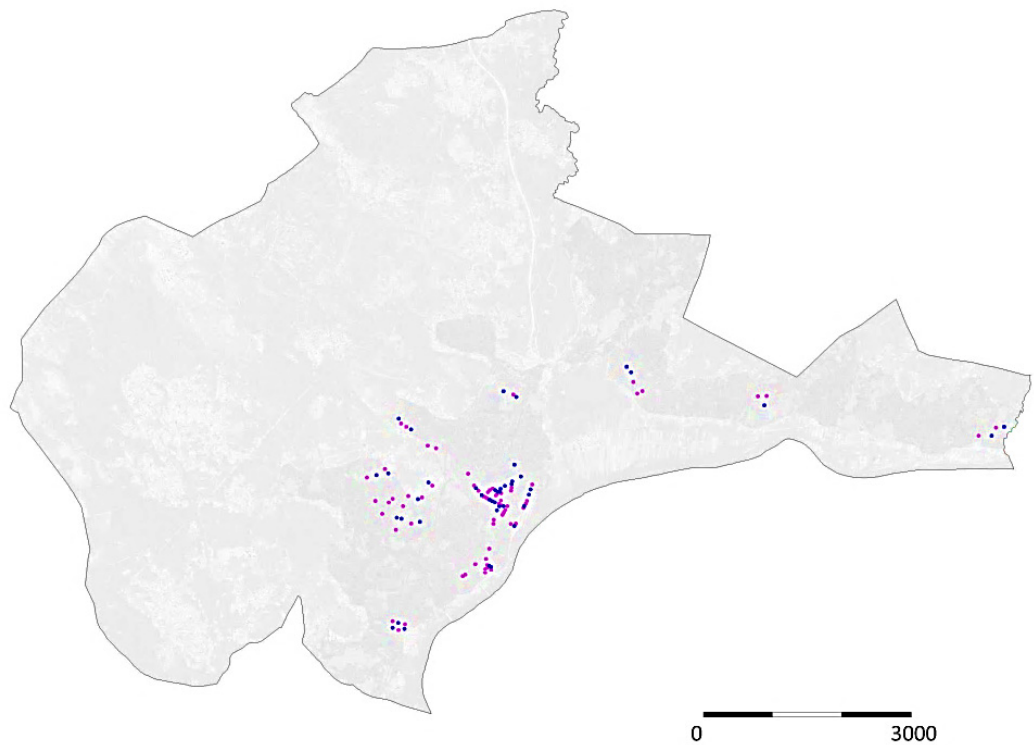


Fig. 3. Residencia de las personas encuestadas, según hombres y mujeres.

-Utilización de cartografía existente y de los Sistemas de Información Gráfica (SIG), la principal técnica de análisis y tratamiento de gestión de la información de los cuestionarios en el capítulo V. A través de la extracción de los datos de los cuestionarios y de su sistematización mediante una tabla³ de los resultados, se obtendrán diferentes mapas que nos mostrarán principalmente los principales desplazamientos de las personas en su ciudad y en las inmediaciones, sus hábitos de compra o sus preferencias. A través de estos sistemas⁴ conoceremos los movimientos de la población respecto al comercio y otros lugares, parte fundamental del urbanismo comercial.

En la fase final de esta investigación se presentarán los principales resultados obtenidos de los análisis de los cuestionarios junto con la investigación histórica y documental sobre el tema. Una vez determinados los principales elementos que llevaron el comercio y el desenvolvimiento de Tui a la situación actual, se establecerán unas conclusiones críticas de los resultados, llevándonos a crear unos indicadores sobre el urbanismo comercial en Tui, el último objetivo de la disertación a cumplir.

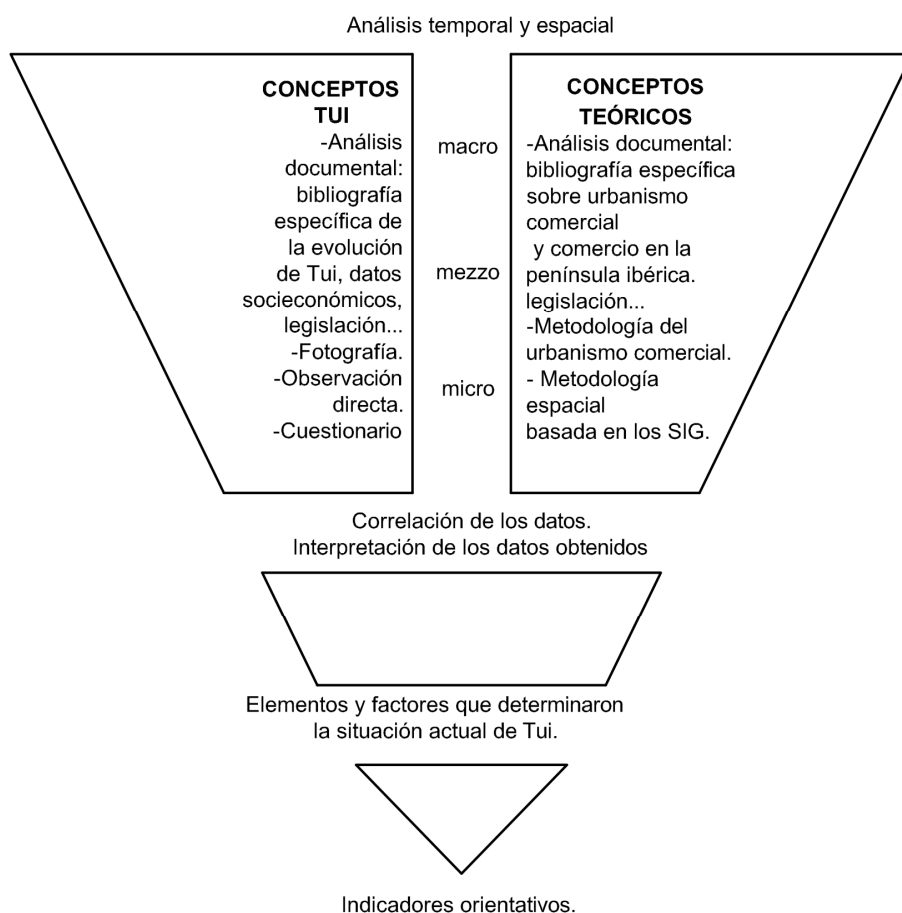


Fig. 4. Esquema interpretativo de la metodología utilizada.

³ Tabla elaborada en Excel que contiene cada pregunta referenciada con un código para poder identificarla y poder ser transportada los datos y geo-localizarlos posteriormente. Tabla mostrada en el anexo referente a los cuestionarios.

⁴ En el capítulo V se mostrará con más detalle el empleo del Sistema de Información Geográfica.

1.4. Estructuración de contenidos

En base a los objetivos planteados y a la metodología empleada, esta investigación se estructurará de la siguiente forma:

- 1. Introducción

Este primer capítulo se centra en la presentación de la investigación, y se compone de varios apartados. En primer lugar, se realiza la contextualización y justificación de la problemática. Posteriormente se expone el caso de estudio y los objetivos, a los que se pretenderán dar respuesta a lo largo del trabajo. Finalmente, después de definir los objetivos se establece una metodología para llevar a cabo la disertación.

- 2. Encuadramiento teórico

En este capítulo se encuadrará el estado del arte respecto a la problemática definida. En él se abordarán conceptos relacionados con el urbanismo comercial, así como su evolución desde el aparecimiento de esta temática. También se expondrán diferentes programas realizados en diferentes ciudades y sus elementos más representativos. Este capítulo es fundamental para el desenvolvimiento de la disertación, ya que a partir de él, se desenvuelve la metodología y los aspectos más importantes para el análisis del trabajo.

- 3. Caracterización general de las actividades comerciales

El tercer capítulo abordará las características más relevantes de la ciudad. En un primer momento encuadrará una serie de datos sobre Tui, procedentes de diversas disciplinas como la geografía, la historia o la evolución socioeconómica de la ciudad, desde su origen hasta la actualidad. A continuación se presentará con más detalle las actividades económicas de la ciudad, desde su formación hasta la actualidad. El hecho de comprender la ciudad y sus actividades económicas desde el origen, es esencial para el urbanismo comercial.

- 4. Evolución del comercio a partir de 1985

Este capítulo se centrará en la evolución del comercio a partir de 1985, pues al analizar las actividades comerciales, se demuestra que es a partir del 1985, cuando la ciudad de Tui comienza a padecer paulatinamente la desaparición de su estructura comercial. Se estructurará en dos apartados. El primero se realizará un análisis topomorfológico, mientras que la segunda parte se centrará en las tipologías comerciales.

- **5. Análisis y tratamiento de las informaciones recogidas en las encuestas**

Este capítulo se estructurará en dos apartados fundamentalmente, a partir de la encuesta realizada a la población tudense. El primero se centrará en aspectos relacionados indirectamente con el comercio, mientras el segundo agrupará los factores más relacionados con el comercio. A partir de los datos extraídos de las encuestas se analizarán e interpretarán las respuestas, de manera a dar respuesta al primer objetivo sobre las dinámicas de la población.

- **6. Análisis del espacio urbano mediante la matriz 4 As**

Una vez analizada las respuestas de los ciudadanos, este capítulo se centrará en el análisis del espacio urbano de Tui, mediante la matriz de las “4 As”. Los elementos del análisis de esta matriz provienen del encuadramiento teórico. A través de este estudio se pretende complementar las respuestas de los ciudadanos de manera concreta, subdividiendo el capítulo según los elementos de la matriz.

- **7. Correlación y consideraciones generales**

Este capítulo realiza una triangulación de todo el trabajo elaborado hasta el momento como una conclusión inicial. En él, se muestra de manera relacionada el encuadramiento teórico, con la metodología y el estudio de caso, realizando una síntesis de toda la investigación. Asimismo, se identifica la convergencia de los diferentes datos recogidos para la disertación, así como la contribución para el estado del arte de dicha investigación.

- **8. Conclusiones**

Por último, en este capítulo se establece una síntesis de los elementos principales para el urbanismo comercial en Tui, verificando la respuesta al objetivo planteado. Además, se establece unos indicadores para la mejora de la ciudad a nivel urbano y comercial, respondiendo al último objetivo planteado.

- **Bibliografía**

En este apartado se reseña toda la bibliografía consultada, tanto de manera general como específica. También acoge las referencias bibliográficas referidas a todas las imágenes empleadas a lo largo del trabajo.

- **Anexos**

Finalmente, en esta última parte de la investigación están anexados elementos que fueron determinantes para la elaboración de la disertación. Entre los cuales se encuentra: anexo 1- cuestionario y tablas con las respuestas identificadas; anexo 2- levantamiento de los establecimientos comerciales.

II. ENCUADRAMIENTO TEÓRICO

Para llevar a cabo la realización de esta investigación, en el ámbito del urbanismo comercial en Tui, en este capítulo se identifican de forma breve los principales conceptos sobre el comercio y su evolución reciente, el planeamiento urbano y la actual situación de los centros de las ciudades. Posteriormente se exponen conocimientos sobre el urbanismo comercial y como este puede mejorar la habitabilidad y la calidad de vida urbana en el centro de Tui. Con estos conocimientos adquiridos se pretende apoyar el objeto de estudio de esta investigación para aplicarlos después en los capítulos cuatro, cinco y seis de esta Disertación.

2.1. Evolución del comercio en la península ibérica.

España y Portugal se caracterizan principalmente por ser países de pequeños comerciantes. En Portugal hasta el final de los años cincuenta, el comercio dominante era el tradicional, aunque la influencia del sector alimenticio en la estructura comercial empieza a aflorar en esa época (Balsas, 1999).

Los procesos de transformación del comercio que sucedían en ese momento en los países de la Unión Europea, no se vieron reflejados en España y en Portugal. Los primeros centros comerciales aparecieron en la península en los inicios de los años setenta. A partir de ahí, el desenvolvimiento del comercio minoritario fue desenvuelto rápidamente, si se compara con los restantes países europeos (Balsas, 1999).

Es a partir de los años setenta, con la aparición de las nuevas estructuras comerciales que se localizan en áreas comerciales distintas al centro de la ciudad, cuando da lugar a la aparición y la utilización de términos como “periferia” y “centro de ciudad”, para distinguir ambas zonas comerciales. Los nuevos formatos comerciales aparecieron asociados a investimentos extranjeros, especialmente después de que estos entraran en la comunidad económica europea. Estos hechos provocaron una mayor oferta comercial y la estimulación de nuevos procesos de modernización.

Este tipo de establecimientos se define en la península ibérica por ser un comercio muy diversificado, abarcando desde los productos alimentarios hasta establecimientos dedicados a la venta de ropa y complementos. El comercio minorista, se viene a caracterizar como un modelo mixto en el centro de las ciudades formado por pequeñas empresas con mano de obra familiar, y por grandes superficies comerciales en la periferia de las grandes ciudades, ocupadas por empresas multinacionales con diversas técnicas de venta. Este modelo mixto de mercado es el resultante de la protección del mercado llevada a cabo por ambos países al inicio de los años setenta, que llevó a un retraso en la estructura

del comercio y una elevada proporción de pequeños locales comerciales (Balsas, 1999 & Confederació de comerç de Catalunya, 2012).

En ambos países el comercio minorista, es uno de los sectores económicos principales. Actualmente, Portugal es el país con más establecimientos por habitantes, 15,5% de cada 1000 habitantes, mientras que España es el segundo con un 11,3%. Además este tipo de comercio representa el 33,63% del volumen de negocio en España y un 10% en puestos de trabajo (Confederació de comerç de Catalunya, 2012).

2.1.1. Nuevos formatos comerciales

Las características socio-culturales de un país ayudan a determinar el tipo de establecimiento comercial y con ello el cambio en su estructura. Algunos de los factores que afectan a su estructura son los siguientes: factores histórico-culturales, padrones poblacionales y sus tendencias asociadas (envejecimiento, movilidad y desenvolvimiento urbano), padrones domésticos de compra y consumo, las empresas competitivas de empresas y grupos de pequeños comerciantes o la legislación y su respectivo planeamiento comercial (Balsas, 1999).

Uno de los factores desencadenantes de la aparición de nuevas estructuras comerciales, tanto en España como en Portugal es la alteración de los sistemas políticos tras la abolición de las dictaduras de Franco (1975) y Salazar (1974). Con la aparición del sistema democrático en ambos países, el comercio se abrió a mercados internacionales, aumentando así sus ganancias. Con ello, se acrecientan el número de empresas extranjeras a invertir en la península ibérica y el apareamiento de nuevos hábitos y estilos de consumo desconocidos hasta el momento en la península (Salgueiro Barata & Cachinho Herculano, 1996). Estos hechos se vieron potenciados por la entrada de Portugal y España en la Comunidad Económica Europea (CEE) en 1986.

El aumento de movilidad que adquirió la población a través de la aparición del automóvil y la posesión de este medio de transporte, como un vehículo particular en los años ochenta, lleva a los consumidores a desplazarse a otras ciudades. Ya no es preciso vivir en el centro de la ciudad, ya que la distancia se mide en tiempo.

Otro de los factores que afecta a las nuevas estructuras comerciales es el aumento de mujeres trabajadoras. Las mujeres comienzan a trabajar cada vez más fuera del ámbito familiar y por lo tanto a poseer capacidad económica independiente. Debido a ello, las mujeres ven reducidas las horas que le dedican a la compra y los nuevos establecimientos proporcionan un horario más amplio y también en fin de semana adaptado a sus necesidades. Además gozan de

características como grandes zonas de aparcamiento de manera gratuita (Barreta, 2012).

Las características socio-demográfica influyen también en la estructura comercial de una ciudad. La mayor parte del continente europeo posee una población envejecida, mayor de 65 años, por lo que las empresas comerciales empiezan a pensar en este tipo de personas, en productos dedicados a ellos, ya que poseen un poder económico mayor que los restantes grupos de edad. Asimismo cada vez existen más familias monoparentales y los productos tienen que ser adaptados a ellos (Balsas, 1999).

Por último, uno de los factores que ayudaron y siguen ayudando a la modernización de las estructuras comerciales son los programas de incentivos a la modernización del comercio llevados a cabo desde los años noventa en ambos países y que se expondrán en el apartado 2.2.1 de este capítulo.

A raíz de los factores enunciados aparecen estos nuevos formatos comerciales. Los dos grupos más importantes de estos nuevos establecimientos según Balsas (1999) son los hipermercados y los centros comerciales.

Los hipermercados aparecen inicialmente en Francia y se caracterizan principalmente por ser establecimientos de autoservicios, con una superficie mayor a los supermercados y a diferencia de estos existe con una gran variedad de productos tanto alimentares como de otro tipo.

En cambio, los centros comerciales nacen en Estados Unidos en los años 30 tras la aparición del automóvil y el desarrollo industrial de grandes vías automovilísticas. No existe una definición clara para este tipo de establecimientos, ya que son muchos los autores que opinan y muestran sus diferencias respecto a la definición de centro comercial, aunque la mayoría de ellos consideran al centro comercial como un conjunto de establecimientos planeados, desenvueltos en un único edificio, con una localización clara y con una amplia variedad de productos al por menor (ver figura 5).

No obstante ambos formatos tienen en común sus grandes dimensiones, su frecuente localización en la periferia de la ciudad, donde la superficie de construcción posee un precio menor que en el centro de la ciudad y la necesidad de aparcamiento se ve resulta con la creación de grandes áreas abiertas o cerradas próximas a las superficies comerciales (Balsas, 1999).

El desenvolvimiento de estos centros comerciales en la península ibérica tuvo su fase inicial en los años ochenta, alcanzando su mayor auge en los años noventa. Al principio estos centros comerciales poseían como factor de atracción la gran variedad de productos alimentares que ofrecían. Sin embargo, a mediados de los

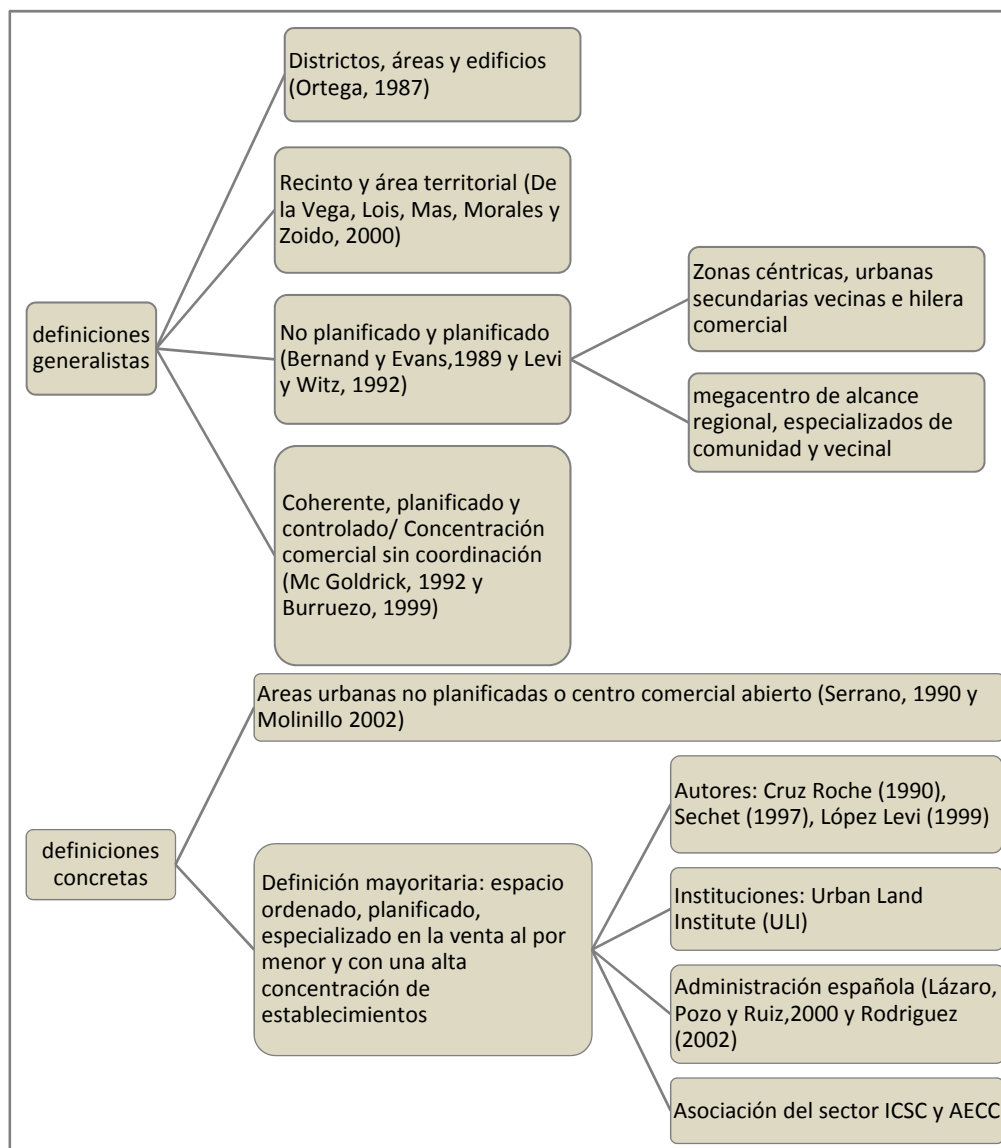


Fig. 5. Diferentes definiciones de centro comercial. Extraídas del libro “Los centros comerciales: espacios postmodernos de ocio y consumo”

años noventa, los grandes hipermercados y centros comerciales empiezan a compartir sus funciones con restaurantes, cines y grandes cadenas de establecimientos, lo que provoca que los consumidores no vean el centro comercial simplemente como un espacio de compras sino también como un espacio de relación social y ocio.

Actualmente, España y Portugal cuentan con numerosos centros comerciales distribuidos por toda la península (la mayoría se localiza en las periferias de las grandes ciudades y en zonas costeras). España se encuentra en la undécima posición con 227 m² cuadrados por cada 100 habitantes, mientras que Portugal se ubica en la octava posición con 268 m² por cada 100 habitantes. Ambos países se sitúan por delante de países como Alemania o Bélgica (Confederació de comerç de Catalunya, 2012).

Durante estos últimos años los centros comerciales han tenido un aumento positivo (14,04% en el número de centros comerciales y un 22,25% en el aumento de la superficie destinada a este tipo de formatos). La mayoría de estos centros comerciales se caracterizan por ser centros comerciales de tipo pequeño, seguidamente de los hipermercados (Confederació de comerç de Catalunya, 2012).

En Galicia, uno de los establecimientos de comercio minorista de mayor distribución es el grupo Gadisa con un 23% de cuota de mercado, seguido del grupo Carrefour. (GADISA, 2013). Además Galicia destaca por ser la segunda comunidad autónoma con un mayor número de comercios minoristas por detrás de Ceuta y Melilla. (Confederació de comerç de Catalunya, 2012).

Cabe destacar que a pesar de la crisis económica que está viviendo el país, son los establecimientos unilocalizados y las pequeñas cadenas los que mejor están aguantando esta situación, pues a pesar de que el nivel de ventas ha disminuido siguen manteniendo el nivel de ocupación, sosteniendo en mayor medida los puestos de trabajo según recoge el informe elaborado por la Confederació de comerç de Catalunya en 2012.

2.1.2 El planeamiento comercial

A pesar de que esta disertación tiene como uno de los objetivos principales definir indicadores para la mejora de la estructura comercial en Tui, no la elaboración de un plan de urbanismo comercial o de un plan de equipamientos comerciales, es necesario hacer una breve referencia al planeamiento comercial llevado a cabo durante estos últimos años en la península así como el licenciamiento de las superficies comerciales y de sus horarios.

En la mayoría de países de la Unión Europea el planeamiento comercial es realizado a través del propio ordenamiento del territorio. Los gobiernos centrales utilizan los poderes de planeamiento regional y urbano cuando ven la necesidad de proteger a los pequeños comercios, consumidores o para impedir que se creen grandes monopolios afectando a la estructura comercial de la ciudad existente (Balsas, 1999).

En Portugal, Balsas (1999) expone que el planeamiento comercial, así como su legislación surge a posterior de las primeas grandes estructuras, lo que evidencia una falta de política clara. Sin embargo es a partir de los años noventa cuando el planeamiento comercial tradicional aparece como un vector del planeamiento urbano cobrando mayor importancia, gracias a los incentivos de la Unión Europea para la revitalización de los centros de las ciudades con programas de incentivo comercial y urbano, aunque estos proyectos parecen responder a acciones puntuales ya que es bastante singular encontrar este tipo de propósitos en

Portugal. Esta situación es debida según Salgueiro Barata (1996) a la velocidad de transformaciones recientes de las estructuras comerciales, la predominancia de una ideología liberal de mercado libre y a la inexistencia de un planeamiento físico en conjunto con el planeamiento económico.

A principios de los años ochenta, España empieza a intervenir firmemente en la ordenación del sector comercial. Este hecho surge, en mayor medida, por la fuerte presión del pequeño y mediano comercio ante la intensa implantación de grandes superficies que comienza a aflorar en este período (Gestión de Centros Urbanos, 2007).

Son las Comunidades Autónomas, las que comienzan a desarrollar leyes⁵ para la ordenación del sector comercial a través de dos vertientes según se recoge en Gestión de Centros Urbanos (2007). Por un lado mediante la planificación comercial en el territorio de forma a potenciar el papel de los equipamientos comerciales y por otro lado mediante la creación de una normativa que regule la ampliación de los equipamientos que puedan ocasionar un impacto social, económico, urbanístico o ambiental sobre el resto de estructuras que compongan el municipio.

En España existen numerosas herramientas destinadas a la ordenación municipal como recoge el siguiente cuadro:

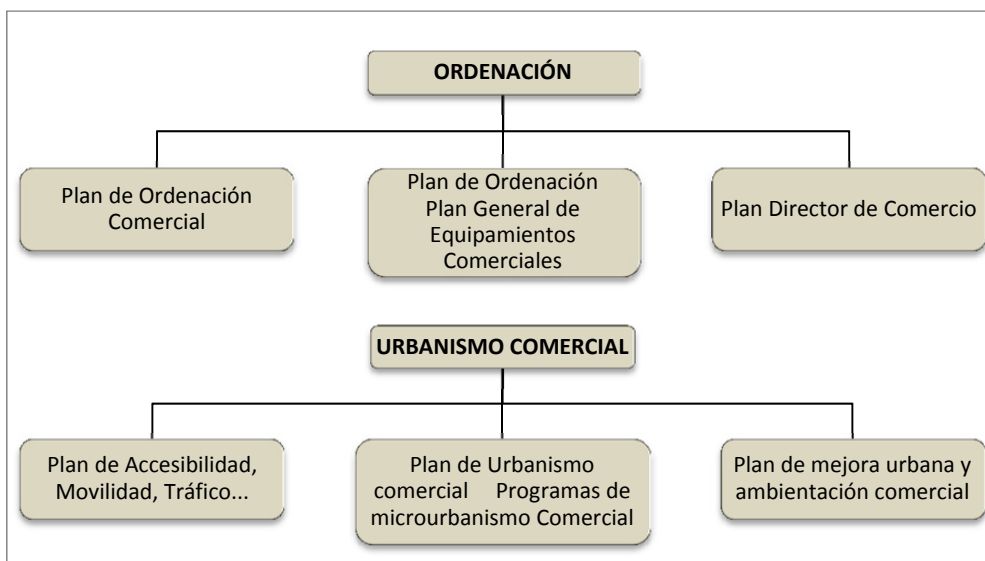


Fig. 6 Diferentes herramientas para la ordenación comercial territorial.

La diferencia entre los diferentes tipos de herramientas es el carácter normativo de algunas respecto a otras. Algunos de estos planes como el “Plan director de comercio” simplemente establecen directrices y orientaciones para la implantación de estructuras comerciales a largo plazo, y no son vinculantes.

⁵ La primera ley desarrollada de este tipo en Galicia data de 1988

La ordenación territorial en España es todavía escasa, ya que sólo en algunas regiones se han redactado planes territoriales sectoriales en los que se analizase el territorio en conjunto, como un espacio a partir del cual el ajuste entre la oferta y la demanda indica donde se deben ubicar los nuevos equipamientos comerciales. Sin embargo en otras comunidades, el control territorial se basa en procedimientos administrativos basados en autorizar el establecimiento mediante una licencia comercial específica, concedida por la administración pudiendo ser esta aceptada o no (Gestión de Centros Urbanos, 2007).

Desde el punto de vista del planeamiento urbanístico los principales previsores de la actividad comercial son los PGOU (planes generales ordenación urbanística) y los derivados de estos. Este tipo de planes dota de gran capacidad para ordenar la actividad comercial a nivel municipal, especialmente en el suelo urbano.

En el caso concreto del objeto de Tui, podemos establecer que PGOU municipal del 2011 hace referencia a equipamientos comerciales y a las condiciones que deben tener los locales para poder cumplir la normativa. Además se está elaborando el PEPCHA (Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico y Artístico de Tui), que recoge un estudio más específico del centro histórico para rehabilitarlo. Este plan hace referencia también a un estudio socioeconómico para poder llevar a dicha rehabilitación entre el sector público y privado.

2.1.3 Horarios comerciales

Uno de los principales debates que existe hoy en día según exponen diversos autores como Balsas (1999), Barreta(2012) o la Confederació de comerç de Catalunya (2012) son los horarios comerciales. Con el licenciamiento de las grandes superficies comerciales y sus horarios comerciales se abrió el debate.

Tanto la aparición de los nuevos formatos comerciales, frente a los nuevos hábitos y estilos de vida, hacen que el sector comercial evolucione y sea necesario un cambio en la legislación referente a los horarios comerciales.

Así pues, en España se pasó de la ley del 2/1996 del 15 de enero, que permitía libertad horaria a cada comerciante, sin ningún tipo de limitación para los establecimientos tanto en fin de semana como en horario semanal a otras leyes más restrictivas hasta llegar a la actual ley.

La actual ley, 1/2004 del 21 de diciembre de horarios comerciales expone que el horario es definido por cada comunidad autónoma con libertad de horario para: la venta de pastelería, repostería, pan, platos preparados, prensa, combustibles y floristerías. También para tiendas instaladas en estaciones marítimas tanto aéreas, marítimas o terrestres. Además cada comunidad autónoma tiene que habilitar doce domingos, pudiendo incrementarlo o rebajarlo, pero no pudiendo

fijarlo por debajo de ocho. Por último el horario global no podría superar las 72 horas.

En el caso concreto del objeto de esta disertación, Tuy se rige por la ley autonómica de Galicia del 13/2006 del 27 de Diciembre. Al ser considerada como ciudad de interés turístico desde Octubre del 2012, le conlleva a Tuy poder tener libertad de horario durante toda la semana, incluyendo sábados y domingos, sin que pase de un máximo establecido de doce horas diarias.

2.2 El estudio del urbanismo comercial

La disciplina del urbanismo comercial aparece por primera vez tras el impacto que provocan las nuevas implantaciones comerciales, de mayor superficie, a la red comercial preexistente formada por pequeños comercios autónomos.

Antes de la aparición de este modelo urbanístico, podemos establecer sus comienzos en la planificación urbanística y en la realización de proyectos urbanos a raíz de los procesos de transformación industrial, que trajo consigo problemas de salubridad y modificaciones en la calidad de vida de sus habitantes. Se inicia así, un urbanismo heredero de los planes de ensanche trazados por ingenieros militares e ingenieros de obras públicas, en los cuales primaba la forma urbana por el resto de los contenidos. Los planes resultaban en simples trazados de calles con algunas reservas para usos muy singulares, parques y edificios públicos (Tarrago, 1992). Ejemplo de ello pueden ser las avenidas realizadas por Haussmann en París rasgando todo el tejido medieval y creando nuevos accesos y ensanches.

Estos hechos suscitaron a principios de los años 20 del siglo XX, la experimentación y la fundamentación teórica de los grandes maestros del Movimiento Moderno, en la que el funcionalismo se impone sobre el urbanismo como es entendido actualmente. Destacando como documento principal de esta época la Carta de Atenas en la que se plantea la necesidad de una zonificación estricta de la ciudad para asignar a cada área unos usos específicos; la vivienda, la industria, el ocio, la enseñanza, la circulación y las actividades comerciales en forma de mercados públicos. En el municipio de Tui, al igual que muchos otros, también podemos establecer una cierta zonificación de las actividades a través de la creación del polígono industrial y comercial, creando diferentes polos de atracción en la ciudad como se verá en capítulos posteriores.

Sin embargo en la década de los años sesenta, surgen nuevas corrientes enfrentadas con los conceptos del modernismo, ensalzando el valor de los centros históricos y sus características que la componían. Se constataba una pobreza espacial, funcional y cualitativa de las periferias proyectadas por el Movimiento

Moderno, por lo que la revalorización de la ciudad y del paisaje se convirtió en un tema recurrente para muchos autores.

Surge pues, como tema central la revitalización⁶ y la revalorización de los centros históricos como espacios habitables y de relación social, reflejado tanto en la escuela italiana formada por Rossi, Muratori, Benévolo o Tafuri entre otros, como en la escuela francesa representada por Poète, Lavedan o Lefebvre que define la función urbana a través de las actividades históricas dominantes en el tiempo.

La recuperación de los centros de las ciudades antiguas en esos años obtiene mayor protagonismo y numerosos autores hacen hincapié en la recuperación de los usos de las ciudades. Un ejemplo de ello es el libro publicado por Jane Jacob (1961), “Muerte y vida de las grandes ciudades americanas”, en la que afirma la importancia de la revitalización de las ciudades históricas y la diversidad de sus usos haciendo una crítica a la política de los años cincuenta que destruían las comunidades para crear espacios urbanos aislados, defendiendo así un uso mixto de los usos y contrariando el modelo mono-funcional de Le Corbusier.

Podemos establecer que es a partir de los años setenta, a raíz de la concienciación de los diferentes autores sobre la importancia del centro de la ciudad, la diversidad de usos o la transformación de las periferias de las ciudades, que no puede explicarse sin la evolución de las grandes estructuras comerciales. Estos centros comerciales periféricos afectan y modifican las estructuras del pequeño comercio de barrio que no pueden competir con sus mecanismos modernos, horarios y, juntamente con el desarrollo del automóvil que aumenta la movilidad de la población, dan lugar a los primeros conceptos del urbanismo comercial (de las Rivas Sanz & Morandi, 2007).

Respecto a la definición de **urbanismo comercial** muchos autores a día de hoy no especifican claramente una enunciación precisa de sus contenidos por lo que obtenemos múltiples definiciones. Una de las primeras definiciones que surgen sobre este término la proporciona el Instituto para la Reforma de las Estructuras Comerciales (IRESCO) recogida en el texto de Marça Tarrago (2012): *“Denominación que se utiliza para asignar el planeamiento urbano y físico de los establecimientos, adecuado a las necesidades del funcionamiento del comercio en su conjunto y de la puesta en marcha de nuevas formas comerciales”* (Ortega, 1982 citado por Tarrago 2012, pág. 1).

Sin embargo Amalia Vahí limita la definición de este concepto al diseño del urbanismo de la zona comercial *“consiste en incorporar diseños, propuestas y desarrollos de peatonalización del viario, tratamiento de la accesibilidad y acomodo de la señalética y mobiliario urbano, incluso sugerencias y buenas*

⁶ La revitalización urbana es definida en la carta de Lisboa como *“operaciones destinadas a relanzar la vida económica y social de una parte de la ciudad en decadencia”*.

prácticas para la secuenciación de locales y tipos de productos... todo ello para alcanzar una imagen del área en la que se interviene y que repercuta sobre el rendimiento de la actividad comercial” (Vahí, 2012, pág. 14).

Tarrago en 1992 califica al urbanismo comercial como *“un estado de ánimo o un proceso intencional que como cuerpo legal y tecnológico, práctico, y teórico, perfectamente delimitado y ampliamente aceptado”* (Tarrago, 1992, pág. 10). Diez años más tarde el propio autor da una definición mucho más clara y concreta *“conjunto de conocimientos, estudios, instrumentos y técnicas de planificación tendentes a integrar las estructuras comerciales y las estructuras urbanas, teniendo en cuenta las necesidades de los ciudadanos-consumidores”* (Tarrago, 2012, pág. 11).

Según el mismo autor, (Tarragó, 2012), el urbanismo comercial debe dar una respuesta a los problemas creados por el desarrollo de nuevas estructuras comerciales a través de una triple vertiente; **legal, profesional y corporativa de reflexión pública y académica**, viniendo a confluir en la especificidad del urbanismo comercial. Desde una perspectiva legislativa que pretende ordenar urbana y territorialmente los establecimientos comerciales aparece en Europa la primera ley promulgada en el año 1962 con el nombre de “Ley de urbanismo comercial y equipamientos”.

Sin embargo la ley de mayor transcendencia es la impulsada en 1973 en Francia y conocida popularmente como la “Ley Royer” cuyo objetivo era la regulación y orientación de las implantaciones comerciales y artesanales con competencia para la autorización de apertura de grandes centros comerciales. Con la aparición de esta ley aparecerá en España diversas leyes autonómicas que regularán el comercio minorista.

Desde una perspectiva profesional tenemos a diferentes asociaciones cuyo objetivo es el estudio de la intervención en los problemas del urbanismo comercial. Un ejemplo de este tipo de asociación es la Asociación Internacional Urbanismo y Comercio (Urbanicom) dedicada sus esfuerzos a la reflexión, desde posiciones independientes tanto del sector como del poder público.

Por último, en el campo del estudio y la reflexión de los sectores universitarios y de la administración pública, podemos establecer que el urbanismo comercial entronca directamente con las corrientes de la geografía urbana y económica, aunque actualmente son muchos otros ámbitos que trabajan sobre ello como son los urbanistas, arquitectos o sociólogos entre otros como se recoge en las I Jornadas Internacionales sobre Urbanismo y Gestión Comercial (2012).

En este ámbito tenemos un amplio estudio abanico de historiadores de la ciudad desde Pirenne a Munford, que fundamentan sus análisis historiográficos en las

influencias del comercio y sus actividades con el nacimiento de las ciudades (Tarrago, 1992).

Existen concretamente publicaciones relacionadas con el comercio y la recuperación y revitalización de los centros históricos y de sus funciones como es el caso de Tarrago (1992), Rio Fernandes (1995) o Rovira Lara (2004). Este último expone que:

“la verdadera prueba de fuego en esta estrategia está en conseguir la revitalización y renovación⁷ de la oferta comercial y de ocio adaptándola a las necesidades de los usuarios del centro de la ciudad, manteniendo su singularidad, su diferenciación y el equilibrio entre centralidad, la concentración y la accesibilidad”

(Rovira, 2004, p. 112).

El centro histórico debe renovarse e innovar con el tiempo pero siempre manteniendo características en base a la memoria colectiva para que los ciudadanos se identifiquen con la ciudad. En el caso de Tui su centro histórico está dedicado casi exclusivamente al uso habitacional perdiendo parte de las funciones existentes en una ciudad como se mostrará en el capítulo 3 y 4.

Asimismo existen trabajos destacados para el planeamiento de la ciudad en relación al comercio como es el caso del profesor Jose M^a Ezqueriaga sobre *Comercio y Planeamiento urbano* que contiene una detallada descripción de técnicas y procedimientos en forma de recomendaciones para la ordenación de las actividades comerciales en el planeamiento municipal, desde pautas de análisis a criterios de localización así como a la normativa que se debe seguir (Tarrago, 2012). A pesar de la realización de programas con diferentes estrategias por las que pasa, en su mayoría, por el planeamiento de usos de los locales comerciales como menciona Ezqueriaga, existen otros autores que defienden no solo el planeamiento y la accesibilidad sino que, el espacio comercial debe entenderse como un espacio de relación y convivencia a una menor escala como expone Vahía (2012).

La importancia de la aplicación de estrategias del urbanismo comercial en el centro de las ciudades las mencionan autores como Tarragó (1997), Molinillo Jiménez (2004), Balsas (1999) entre otros, ya que a través de diferentes técnicas o instrumentos de planificación se consigue integrar las estructuras comerciales y las estructuras urbanas teniendo en cuenta las necesidades de los ciudadanos.

⁷ La **renovación urbana**, según la carta de Lisboa, implica la demolición de estructuras o tipologías existentes al no adaptarse bien a un uso contemporáneo y suele aplicarse a estructuras muy degradadas y sin ningún valor arquitectónico. Muchas veces se confunde la renovación urbana con términos como la rehabilitación o la renovación urbana.

A través de las diferentes definiciones mostradas por autores de diferentes ámbitos podemos concluir que el urbanismo comercial no sólo hace referencia al planeamiento de los establecimientos comerciales a grandes escalas sino que puede llegar hasta la definición de un determinado mobiliario. Además alude a otros factores como son su estudio de manera teórica, la gestión de los centros y el involucro de profesionales de áreas diferentes.

2.2.1 Programas influyentes en el urbanismo comercial.

Frente a la situación que surge en los años sesenta y el apareamiento de nuevos establecimientos a finales de los años setenta y principios de los años ochenta del siglo XX aparecen en diferentes países programas para la recuperación de los centros históricos y de su actividad comercial.

Los programas pioneros en la recuperación de los centros de las ciudades y de sus establecimientos aparecen primeramente en los Estados Unidos, debido a que es allí donde primeramente surge el fenómeno de los centros comerciales periféricos y el abandono de sus centros volviéndose estos inseguros e inestables. Seguidamente, en Europa y concretamente en el Reino Unido le han seguido con programas para la revitalización de sus centros urbanos (Balsas 1999; Barreta 2012). Entre estos núcleos que fueron o están en proceso de ser revitalizados y que actualmente actúan como experiencias de suceso y, en algunos casos, da lugar a que se conozcan como “buenas prácticas de intervención en centros históricos” como por ejemplo Tesalónica y Trikala (ambas en Grecia), Besançon (Francia), Santiago de Compostela (España), Santa Cruz de Tenerife (España), Porto (Portugal) o Guimarães (Portugal) por citar algunos ejemplos.

Sin embargo en este ámbito de la disertación interesa más las experiencias focalizadas en el ámbito del comercio y su envolvente urbana. A pesar de centrarse en estos dos puntos no podemos olvidarnos de la gestión del conjunto como si se tratase de un centro comercial abierto, por lo que la importancia de asociaciones comerciales locales, gestoras de centros urbanos e identidades públicas deberán actuar siempre en conjunto. Es por ello que analizaremos las experiencias que más repercusión tuvieron en el espacio del comercio y del urbanismo, así como también los casos de España y Portugal por la proximidad del trabajo a realizar.

El análisis de estos programas en diferentes países y contextos ayudará a determinar qué factores son determinantes para el análisis y la mejora del urbanismo comercial en Tui, teniendo en cuenta que la mayoría de estos programas se desenvuelven en un determinado contexto social, económico y cultural que no podrá ser extrapolado para ninguna ciudad, pero si actuar como base para establecer un análisis previo y guías de acción adaptadas a las nuevas necesidades locales.

2.2.1. a) Los Programas americanos.

La situación de degradación de las áreas tradicionales del comercio en América del Norte dio lugar a los “Special Assessment Distrits” (SAD), una primera versión de los actuales “Bussiness Improvement Districts⁸” (BID). Tanto los programas BID como los MSP “Main Street Program⁹” (MPS) son ejemplos destacados por la implementación práctica de las ideas llevadas a cabo (Barreta, 2012).

Los **BID** están compuestos por organizaciones semis-privadas que establece una tasa a los establecimientos, para poder ofrecer determinados servicios a la población y actuar conjuntamente con la administración pública. Este hecho ayuda también a que los comerciantes puedan disfrutar además de los servicios públicos suplementares otros servicios complementares a sus actividades, obtener financiamiento conjunto y compartir información, investigación y planeamiento.

Según Barreta (2012), muchos de los fondos son utilizados para el acondicionamiento y el urbanismo de la zona comercial como también incentivos para el desenvolvimiento económico o para la utilización de campañas de márketing en determinadas épocas del año.

En cuanto a los **Main Street Program** su objetivo principal es el desenvolvimiento económico en un contexto de preservación histórica. Este programa que se fundó en 1977 y que actualmente sigue desenvolviéndose en las ciudades americanas consta de cuatro áreas: **reestructuración económica, organización, promoción y design.**

La primera área a tratar, la reestructuración económica cuyo objetivo principal es la captación de nuevos investimentos para fortalecer la base económica de los comerciantes. La segunda área a tratar es el establecimiento de una organización para poder coordinar la revitalización de los centros y coordinar las identidades necesarias para llevar a cabo el proyecto. Todas estas áreas necesitan de un factor determinante, la promoción, cuyo objetivo principal es intentar ofertar el comercio minorista, de manera que la población sienta atracción hacia la zona comercial tanto para el consumidor como para el viandante. Por último y no menos importante es el design de la ciudad, mejorar la calidad visual y estética de la ciudad recuperando sus edificios históricos, apoyar nuevas construcciones y el desenvolvimiento de reglamentos entre el espacio público y el privado (Barreta, 2012).

Podemos resumir el MST como un programa de ayuda a los centros históricos de las ciudades cuyo objetivo principal es crear un medio atractivo y agradable que estimule al visitante y al comprador a regresar al centro de la ciudad. Los

⁸ Traducido como: Áreas de Desenvolvimiento Económico

⁹ Traducido como: Programa de calles centrales

establecimientos deben funcionar como un conjunto en el que los escaparates, el paisaje, la publicidad (muy cuidada especialmente para obtener un efecto homogéneo y que caracterice la ciudad; sus establecimientos, parques y sus edificios) empuje a las personas hacia el lugar y aumente sus intereses en el futuro por el centro histórico (Barreta, 2012).

Otro de los programas existentes de revitalización comercial en América del Norte que recoge Balsas (1999) en su libro *Urbanismo Comercial en Portugal*, es el **Classidy (1994)**, un poco más tardío que el MST. Este se encuentra estructurado de manera diferente que el anterior, aunque también se divide en cuatro áreas fundamentales: **Mejoramientos públicos, reglamentos de Design, financiamiento y gestión.**

A través del área de los mejoramientos públicos, que los consideran parte fundamental para el comercio, el mobiliario, pavimentación, anuncios... deben mostrar uniformidad en todos los términos y ser estudiados para ser agradables al consumidor. La segunda área respecto a los reglamentos del Design se refiere a las fachadas de los establecimientos y de los edificios imponiendo reglas y recomendaciones en las que se recoge que el ciudadano prefiere un área limpia, agradable y segura, por lo que se deben realzar los aspectos físicos del entorno urbano así como su señalización. El financiamiento también forma parte importante de este programa, en el que los préstamos para comerciantes son muy parecidos a los empleados en los programas de rehabilitación habitacional, con impuestos bajos y garantías bancarias. Por último el Classidy dedica un área a la gestión. En este punto se reconoce que en Estados Unidos es complicado debido a las numerosas asociaciones y agentes que tienen interés en los centros históricos pero que las asociaciones de comerciantes junto con organizaciones de gestión consiguen envolver junto con las localidades municipales estrategias a tratar conjuntamente.

El Classidy aunque se estructura de manera diferente que el MST, tienen el mismo fin: la revitalización de las zonas históricas juntamente con sus estructuras comerciales. A partir de la fragmentación en áreas consiguen abordar temas de varios ámbitos que le conciernen al final un programa sólido, con intervenciones de muchos profesionales.

2.2.1. b) El programa Inglés

El programa inglés es conocido a través de la asociación “ **Town Centre Management**” ¹⁰(TCM) que basa su estrategia en la gestión centralizada y su aplicación se focaliza en estrategias de coordinación de los recursos para alcanzar un objetivo común (Barreta, 2012).

¹⁰ Traducido como: Gestión del Centro de la Ciudad

El TCM asume la modalidad compartida entre el sector público y privado, asumiendo al principio pequeñas tareas como el mejoramiento general del centro urbano, del márketing local o la organización de campañas de promoción.

Así pues, surge el programa **DoE** (1994), que posteriormente fue sujeto a modificaciones y actualizaciones con el paso del tiempo. Este programa está siendo utilizado para mejorar la vitalidad y la viabilidad de los centros de las ciudades y es conocido como la matriz de los “4 As”. Para ello, utiliza cuatro áreas identificadas y que constituyen piezas claves en el proceso de revitalización de los centros de la ciudad: **accesibilidad, atracción, animación/belleza local y acción** (Balsas, 1999).

La accesibilidad, la primera área es definida como la capacidad de llegar al centro de la ciudad, teniendo en cuenta los modos alternativos al transporte particular como es el caso del transporte público, bicicletas o peatones. Los aparcamientos, el tipo de estos y las zonas de carga y descarga para los establecimientos también deben ser estudiados al detalle.

En cuanto a la atracción (que es lo que lleva a los consumidores a desplazarse hacia el centro de la ciudad), su objetivo principal es crear la diversidad para proporcionar una oferta adecuada a los consumidores ya que los centros comerciales periféricos ofrecen en poco espacio multitud de ofertas tanto a nivel comercial como ocio y cultura. Además estos establecimientos cuentan con la ventaja de fácil acceso en coche particular y estacionamiento ilimitado por tiempo. Por lo que el centro de la ciudad tiene que competir con todo ello y además ser un lugar atractivo.

La tercera área referida a la animación cuyo objetivo es promover la identidad local y garantizar condiciones de seguridad urbana. Según Balsas (1999) *“uma vez que o centro das cidades coincide normalmente coas áreas históricas, é importante manter as características históricas existentes, o que se pode fazer com o embelezamento e uma boa manutenção dos espaços públicos”* (Balsas, 1999, pág. 62)

Por último el área final es la acción dedicada a llevar a cabo las soluciones propuestas. Este organismo cuenta con la capacidad organizativa, de gestionar los recursos y la promoción de las actividades comerciales. La implantación de estas soluciones no es sólo responsabilidad del ayuntamiento si no que, los municipios deben desenvolver estas actividades conjuntamente con las diversas asociaciones públicas y privadas para alcanzar un mayor resultado.

A continuación se muestra una tabla con los indicadores que afectan a cada área y se constata que muchos puntos son comunes a otros por lo que las estrategias deben ser bien integradas entre sí para fortalecer el centro de las ciudades.

Accesibilidad	
Indicadores	Factores a tener en cuenta
Peones/Ciclistas	<ul style="list-style-type: none"> + Vías para peatones + áreas peatonales + señalización + vías y estacionamiento para bicicletas
Utilizadores con necesidades especiales	<ul style="list-style-type: none"> + paseos con rampla para deficientes + Estacionamiento deficiente/ movilidad áreas comercial + acceso para todos + bancos de jardín + Design para ciegos
Automóviles	<ul style="list-style-type: none"> + uso de automóviles +transito + señalización + locales de estacionamiento periféricos + estacionamiento de corta duración de pago
Transportes públicos	<ul style="list-style-type: none"> + estación modal + paradas bien localizadas + servicios especiales
Vehículos de entrega	<ul style="list-style-type: none"> + plataformas y áreas de carga y descarga + restricciones de peso +vías de servicio + horarios de acceso
Atracción	
Indicadores	Factores a tener en cuenta
Comercio minorista	<ul style="list-style-type: none"> + oferta comercial diversificada + mercados públicos + tiendas especializadas
Espacios de negocio	<ul style="list-style-type: none"> + pequeños centros de negocio + escritorios + salas de distribución
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> + profesionales + cívicos + de salud + educación + religiosos + escuelas y guarderías
Arte, cultura y ocio	<ul style="list-style-type: none"> + bares + restaurantes/ cafés/ hoteles + bibliotecas/ museos + teatro/ cine/ conciertos + deporte/ ocio + festivales
Animación/ belleza del local	
Indicadores	Factores a tener en cuenta
Ambiente urbano en la calle	<ul style="list-style-type: none"> + aspectos físicos + iluminación/ mobiliario + limpieza/ manutención + seguridad
Espacios públicos/ privado	<ul style="list-style-type: none"> + utilización + señalización + ajardinamiento
Imagen de la ciudad	<ul style="list-style-type: none"> + salidas/ enlaces + permeabilidad + áreas y acontecimientos

Fig. 7. Tabla realizada a través de los indicadores mostrados en el Doe. Algunos de estos indicadores serán utilizados en el análisis del comercio en Tui para saber su situación actual- cap. 6.

2.1.1. c) Los programas portuguesas.

En Portugal el comercio quedó relegado a un segundo plano respecto a su planeamiento y ordenamiento urbano, salvo algunas excepciones como recoge Balsas (1999) o Barreta (2012).

En los años noventa en Portugal los pequeños comerciantes se enfrentan a los nuevos impactos de las grandes superficies, sus horarios, sus localizaciones periféricas lo que le supone pérdidas a nivel económico en sus establecimientos. Estos hechos llevan a las administraciones públicas a crear un Sistema de Incentivos para la Modernización del Comercio (SIMC) en 1991 y que en 1993 desaparecerá. Sin embargo el gobierno decidió en 1994 iniciar otro programa para incentivar el comercio, el **PROCOM** presente hasta 1999 y el más adelante el **URBCOM** o el **MODCOM**.

El objetivo principal del PROCOM (Programa de Apoyo al Desarrollo del Comercio) se traducía en la recualificación del comercio en los centros de las urbes, por lo que suponía la implementación de un proyecto de carácter integrado e integrador articulando varias vertientes (Barreta, 2012).

En cuanto al URBCOM implantado en el 2000 y recogido en la portería nº 317-B/2000 del 31 de mayo constaba en sus bases de implantar la modernización/reestructuración de los establecimientos, horarios adecuados a las necesidades de los consumidores, formación profesional, y gestión integrada de los centros comerciales tradicionales.

Estos dos programas instaurados en Portugal sobre urbanismo comercial se pueden resumir de la siguiente manera:

“a abordagem do tema do urbanismo comercial, focalizada na definição de políticas/ medidas (que pretendam articular o ordenamento do espaço urbano e a sua adaptação para um adequado desenvolvimento das atividades comerciais, do ócio/ lazer, e que contemplem, por exemplo, para além da modernização do comércio, a pedonalização, a sinalética e o mobiliário urbano, e posteriormente, a animação/ promoção/ divulgação/ e a gestão integrada de todo o conjunto”

(Barreta, 2012, pág. 58)

Por último el MODCOM (Modernización del comercio), programa que permaneció vigente hasta el 2010, se centra en la revitalización y la modernización del comercio en los centros de las ciudades y a la promoción de acciones dirigidas a la animación, dinamización y divulgaciones destinadas a la estructura comercial.

Lo más innovador que aportan estos programas al urbanismo comercial portugués son las sociedades entre organismos públicos y privados como los modelos americanos o ingleses. Sin embargo el investimento de los sectores privados en Portugal son muy escasos y la mayoría de estos programas son financiados con fondos europeos. Además existen otro tipo de programas locales desenvueltos por sus entidades públicas para la revitalización de sus centros históricos.

Algunos de ciudades que se sometieron a los programas de urbanismo comercial impulsados por el PROCOM o el URBCOM para la revitalización de sus centros son: Coímbra, Porto, Ponte de Lima, Ponte da Barca, Viana do Castelo, Évora, Setúbal...etc. (Balsas, 1999).

2.1.1. d) Los programas Españoles

En España, respecto a la implantación de programas sobre urbanismo comercial, a diferencia de otros países y ejemplos mostrados anteriormente, no existen asociaciones o programas para la revitalización de las áreas comerciales y sus centros urbanos a nivel nacional.

Las acciones que se realizaron en España durante estos últimos veinte años se deben a programas de regeneración de los centros urbanos de las ciudades a través de diferentes estrategias en las que se incluyen la recuperación de viviendas, espacios públicos, establecimiento de nuevos equipamientos...etc., dejando la planificación del comercio en un segundo plano (de las Rivas Sanz & Morandi, 2007). Todas estas acciones desembocaron en planes especiales desenvueltos por los municipios.

Los programas de urbanismo comercial realizados en España hasta el momento, son a través de las comunidades y de los propios municipios y según Tarrago (2012) se pueden dividir en tres niveles de intervención: a nivel territorial como por ejemplo el Plan territorial del equipamiento comercial de Castilla y León cuyo objetivo era conocer la estructura de las implantaciones comerciales, los hábitos de consumo para posteriormente culminar en un instrumento regulador. La segunda es a través de la intervención en los planeamientos municipales mientras que, el tercer tipo de intervención se caracteriza por ser de proximidad, la mejora de una zona o una determinada calle que actúa como eje dinamizador para el resto de centro.

Actualmente el gobierno Español puso en marcha **el Plan Integral de Apoyo a la competitividad del comercio Minorista de España 2013**, publicado en el Real Decreto 404/2013 que tiene como objetivo la modernización, ampliación o reforma de los establecimientos comerciales para mejorar la gestión, eficiencia y

productividad de los autónomos y pequeñas empresas para reforzar su competitividad. Sin embargo este plan es gestionado por las diferentes Comunidades Autónomas, por lo que cada Autonomía convoca los programas de diferente manera. En el caso de Galicia, región en la que se va a desenvolver el trabajo, consiste simplemente en parte del financiamiento para la incorporación de nuevas tecnologías de la información y el desarrollo del comercio electrónico.

Existen además organismos autónomos como es el **Consorcio Casco Vello Vigo**, que a través del financiamiento entre el ayuntamiento de Vigo (10%) y al instituto de vivienda y suelo (90%) tienen como objetivo servir de motor en el proceso de rehabilitación integral en el centro histórico de Vigo, encargándose principalmente de la ordenación urbana. Para esta organización es importante la revitalización del centro a todos los niveles por lo que promueve el establecimiento de equipamientos y diferentes organismos públicos en la zona. Con respecto al comercio, al que consideran que es parte vital de una ciudad ofrecen ayudas para la implementación de nuevos comercios o para la rehabilitación de estos, consiguiendo de esa manera que el centro vuelva ser autónomo y dinámico.

En Tui, actualmente no existe ningún plan que haga referencia en exclusiva al sector comercial. El único plan que se está elaborando es el mencionado anteriormente, el PEPCHA. Dicho plan sólo afecta al conjunto histórico del centro histórico y no recoge ningún tipo de ayuda o colaboración que afecte directamente con el sector comercial de la ciudad, sino que se centra en aspectos como la rehabilitación, conservación y la mejora de la accesibilidad del centro histórico.



Fig. 8 Portada del PEPCHA en aprobación inicial desde Octubre 2011.

III. CARACTERIZACIÓN GENERAL Y DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES

El municipio de Tui fue ocupado desde épocas ancestrales como señalan diferentes estudios arqueológicos realizados en la ciudad a lo largo del tiempo, quedando reflejado el papel que ocupó el enclave tudense a nivel económico y comercial desde la antigüedad.

El desenvolvimiento económico en la antigüedad de Tui según González Soutelo (2007), entre otros autores, podría estar marcado claramente por formar parte de la vía romana XIX que unía Braga con Lugo hasta Astorga y formar parte del territorio administrativo de dicha vía, actuando el municipio como eje articulador de la distribución económica y comercial en el suroeste de Galicia tanto a nivel terrestre, como a nivel marítimo al no existir un puente que articulase Portugal con Galicia. Sin embargo es en la edad media, entre los siglos XII-XIII cuando Tui adquiere el mayor desenvolvimiento económico producido por factores climatológicos y factores histórico-sociales que repercuten en la forma urbana de la ciudad.

“Tui era sobre todo una plaza mercantil intermediaria, que canalizaba el tráfico portugués, legal o ilegal. Buen pueblo muy abastecido, y de los mejores pescados del reyno. Sin flota propia y utilizando naves de los otros puertos gallegos e incluso portugueses, llegaban hasta la ciudad paños de Flandes y de Aragón, a veces desde el otro lado de la frontera”

(Ferreira Priegue, 1988, pág. 53)

Los factores históricos-sociales que ayudaron a desenvolver la economía del reino de Tui en esos siglos a pesar de las continuas guerras e invasiones con Portugal no repercutieron de manera negativa sobre la economía del lugar, ya que parte del territorio de Tui se extendía al otro lado de la frontera y, entre las sucesivas guerras los reyes de un lado u del otro hicieron donaciones o concedieron privilegios importantes para el desarrollo del actual centro histórico. Entre estos privilegios concedidos por los gobernantes del momento podemos destacar en 1124 la toma de Tui por Dña. Teresa que otorga privilegios al bispo tudense Alfonso II.

“Dáballe á sé tudense a liberdade de circular todo tipo de mercaderías (trigo, cebada, viño, animais, vestidos) polo veciño reino ata a igrexa de Tui. ““Foi a que fixo a doazón da barca de pasaxe polo río Louro exclusivamente aos bispos e de acoutar o río desde a vila de Lazoirra (Salvaterra) ata a foz do Minho no que ninguém podía pescar sem a permissão do bispo tudense”

(Vila-Botanes, 2001, pág. 13)

Este tipo de privilegios ayudó al intercambio de productos entre las dos fronteras a través del Miño como se explicará más tarde. Además de controlar el río, recaudaban dinero a través de las barcas para el mantenimiento y el desarrollo de la ciudad. Otro privilegio destacado es el que otorgó años más tarde el rey Alfonso VII que donaría a la iglesia tudense en el 1142 todos los privilegios concedidos anteriormente con ciertas prerrogativas en la que consideran algunos la primera carta floral de Tui. Entre estas prerrogativas hace referencia al comercio, a la seguridad dada a los mercaderes y a sus mercancías, la libertad de circular sin pagar pedático ni portazgo a la comida y vestidos del propio coengo que aprovechaban para importar telas de calidad y comercializarlas en el territorio. Gracias en parte a estos privilegios y a las donaciones, Tui desarrolla su trama urbana construyendo la catedral de Sta. María, lo que provoca a su alrededor la creación de nuevas construcciones, calles y plazas (Vila-Botanes, 2001).

Al final de la edad media, entre los siglos XIV-XV, Tui se caracteriza principalmente por un período marcado por el hambre, la peste y la guerra, en el cual su economía disminuyó considerablemente. Las condiciones climatológicas, factor determinante para la agricultura y ganadería, se ven afectadas repercutiendo negativamente a la agricultura que llega a producir grandes sequías. Este cambio provoca que todo el crecimiento demográfico, debido a las buenas cosechas en los siglos pasados termine y tenga lugar una época de decadencia como recoge Vila-Botanes citando a García García.

“... visitando os mosteiros e as igrejas do noso arcebispado, assim como somos teudos de noso offizio, porque achamos que moitas dessas igrejas som hermas despovoadas e as casas derribadas e as searas das vinhas desfeitas e que se no dizem hi missas nem horas”.

(García García 1333, citado por Vila-Botanes, 2001, pág. 35)

Esta decadencia de la agricultura provoca que las zonas rurales sufran un despoblamiento del campo y acreciente la población en la ciudad, por su mayor dinamismo y mayor posibilidad de supervivencia. Estos hechos marcados por las pestes y el hambre provocará en 1466-1467 *la Revolución Irmandiña*, reclamando el pueblo sus derechos a sus dirigentes (Vila-Botanes, 2001).

El inicio del siglo XVI, la ciudad se encuentra en un proceso de recuperación de los efectos producidos por la guerra entre los obispos y los Sotomayor, quedando la ciudad totalmente abatida. Según González Lopo (2004), D. Diego de Muros propone medidas para restablecer su población (reparación de casas abandonadas y construcción de nuevas viviendas) y la actividad comercial del puerto. El buen momento de la ciudad se muestra en el aumento de un mercado semanal, ya que hasta ese momento solo existían tres ferias anuales. Durante los siguientes años la ciudad de Tui sigue la misma línea. Sin embargo, es a partir del siglo XVIII cuando la ciudad a pesar de ser capital de provincia y sede episcopal,

sigue sin mostrar evolución en la forma urbana de su centro histórico medieval, permaneciendo por detrás de otras ciudades gallegas y conservando las mismas características que en épocas pasadas. Es a partir de aquí cuando la ciudad de Tui pierde todo su poder comercial, ganándolo las ciudades próximas a Tui, como es el caso de Baiona o Vigo (Ferreira Priegue, 1988).

En siglo XIX se puede considerar como nefasto para el municipio, ya que después de la guerra de la Independencia, se constituye las cortes de Cádiz y la constitución de 1812, llevando a una nueva organización territorial (Alvarez Limeses, 1980). Este hecho provoca que Tui pierda su sede como capital de provincia, pasando de siete provincias entre las que se encontraba Tui a las cuatro actuales, Pontevedra, Lugo, orense y A Coruña, reduciendo así su poder económico y administrativo, quedando relegado el poder a Vigo y Coruña, además de conseguir un consulado Comercial que provocaría el auge de estas (Iglesias Almeida & Mendez Cruz, 1990). Posteriormente en 1833 se restablecen las siete provincias y Tui vuelve a ser una de ellas.

El siglo XX sigue siendo muy desfavorable para Tui como consecuencia de la guerra civil española entre 1936-1939, al ser una ciudad a fin a la república y es una de las últimas ciudades españolas en ser derrotadas por lo que es fuertemente castigada a nivel económico después de la guerra civil. Sin embargo antes de comenzar la guerra civil, Álvarez Limeses (1980), relata que Tui posee un importante comercio e industria destacando la fábrica de galletas “La Peninsular”



Fig.9 Vista general de Tui desde el acceso principal. Al fondo en la parte más elevada se observa la catedral como uno de los símbolos urbanos de Tui

así como también los establecimientos dedicados a la construcción. Destacar que durante la dictadura, al tratarse de un país fronterizo y debido a la escasez de alimentos que existía, el contrabando de alimentos y productos entre ambas ciudades (Tui y Valença) tomó gran importancia para la supervivencia de los tuidenses así como para su desenvolvimiento económico. A partir de 1960 Tui comienza a recuperar su actividad económica (Iglesias Almeida E. , 2012), en parte debido al retorno de los emigrantes hacia el municipio lo que demuestra un aumento considerado en la población.

Se puede decir, que Tui fue y es un punto de encuentro entre dos territorios marcados por las invasiones y guerras fronterizas. Sin embargo a nivel económico, a pesar de los conflictos, siempre estuvieron unidas por su supervivencia y fue entonces cuando más se desarrollaron económicamente.

3.1 Dinámicas territoriales y geográficas.

El asentamiento de la población desde épocas pasadas en el municipio de Tui viene determinado por diversos factores: económicos, históricos, geográficos y climáticos que iremos definiendo a lo largo de este punto.

El municipio de Tui se encuadra dentro de la comarca del Baixo Miño caracterizada por tener unos límites físicos bien definidos y unos rasgos comunes que le confieren una unidad, tanto referente a sus características socio-económicas e históricas como naturales.

La comarca del Baixo Miño tiene dos aspectos que la particularizan. Por un lado, el hecho de formar junto a la orilla portuguesa, la mayor red fluvial del Noroeste peninsular, la del Miño-Sil, comprendiendo en total más de 16.000km de cuenca. El segundo aspecto es el hecho fronterizo, el río Miño actúa como límite político entre ambos territorios actualmente, mientras que, en un pasado funcionaba como eje articulador entre los territorios españoles y portugueses.

Actualmente el municipio de Tui limita al Norte con Salceda, Porriño y Gondomar; al Sur con el río Miño y con Tomiño; al Oeste con Gondomar y Tomiño, y al Este con Salvatierra. Dista 45 kilómetros de Pontevedra, capital de Provincia y aproximadamente a 30 kilómetros de Vigo (Alvarez Limeses, 1980). No obstante en la edad media Tui abarcaba un área mucho mayor llegando a formar parte de su territorio el otro lado del Miño, lo que hoy en día se conoce como Valença.

Hoy en día, el municipio de Tui se divide en las siguientes 12 parroquias, Areas, Baldranes, Caldelas, Guillarey, Malvas, Paramos, Pazos de Reis, Pexegueiro, Randufe, Rebordanes, Ribadelouro y Tui.

En cuanto a su relevo, podemos destacar que en su mayor parte es llano, a excepciones de algunas elevaciones, como es el caso del monte Aloya. Casi al pie de la misma ciudad se sitúa este monte, con una extensión de 9 kilómetros desde su falda hasta la cumbre (Alvarez Limeses, 1980).

La pieza clave de su hidrografía la constituye el río Miño, recorriendo la parte este del municipio y haciendo de frontera con Portugal, fue desde épocas pasadas, un importante recurso económico para el municipio. Existen otros ríos que atraviesan el municipio como son el río Louro (que atraviesa las parroquias de Caldelas y Guillarey) y el Tripes, ambos desembocan el Miño. A pesar de la existencia de estos ríos el único que fue navegable y continúa a serlo es el río Miño.

Los suelos del municipio de Tui se caracterizaron desde sus asentamientos por ser fértiles y productivos para el cultivo. Sin embargo en las laderas de pendiente pronunciadas como es el caso del monte Aloia, los suelos se muestran poco



Fig. 10. Localización de Tui

desenvueltos, aflorando con frecuencia la roca subyacente. Su falta de nutrientes y textura arenosa, con carencia de elementos argilosos hacen que la cobertura vegetal no se asiente y se facilite los procesos de erosión dando como resultado suelos no aprovechables desde el punto de vista productivo (protorracker y roca de silicatos) apareciendo en la cumbre de dicho monte (Méndez Martínez, Ojea Pérez, & Villanueva Domínguez, 1992).

Otro tipo de suelos originados por la alteración de los granitos y pizarras originan, en los lugares donde su topografía lo permita, suelos con variedad de vegetación aumentando de esa manera la materia orgánica y su poder de retención de agua. Es a lo que se le llama tierras pardas ricas en nutrientes y materia orgánica halladas en las zonas de la ribera del municipio (Méndez Martínez, Ojea Pérez, & Villanueva Domínguez, 1992).

El clima del municipio se encuadra dentro de los valores templados y húmedos típico de las regiones litorales. Las temperaturas mínimas disminuyen por efecto de la altitud ($0,6^{\circ}/100\text{m.}$), lo que incrementa las oscilaciones térmicas anuales, alcanzando un valor medio entre los $15,5^{\circ}$ y $12,7^{\circ}\text{C}$) de media en la parroquia de Paramos y el monte Aloia respectivamente.

Respecto a la vegetación de la comarca y del municipio podemos dividir la vegetación en dos áreas: las áreas de una mayor altitud en las que predominan el mato y el bosque de repoblación. Se trata principalmente de tojos sobre los que se establece un estrato arbóreo compuesto principalmente por pinos, algunas especies exóticas, robles, alcornoques y eucaliptos.

En las márgenes del río la vegetación está formada por bosques de ribera constituyendo una de las mejores vegetaciones autóctonas. Formadas por alisos, sauces y especies foráneas como son las acacias. Esta masa arbórea limita normalmente con zonas de cultivos en las que aparecen también pinos y eucaliptos entre los cultivos.



Fig.11 **Fotografía aérea oblicua de Tui 2011.** En ella se observa la elevada posición del centro histórico respecto al resto de la ciudad y a la margen del río Miño y su abundante vegetación verde.

3.1.1 El desenvolvimiento del centro histórico en el contexto gallego.

El nacimiento de muchas aglomeraciones urbanas es resultado de condiciones de defensa y relaciones comerciales, siendo frecuente su asentamiento en lugares claves de importantes rutas como pueden ser ejes de articulación, encrucijadas, puentes, situaciones geográficas claves, etc. Según Gómez Galán (2008) podemos establecer la red urbana gallega a través de dos categorías de núcleos que surgen a través de la importancia de las rutas comerciales. Podemos señalar en primer lugar las *ciudades de carretera* en las cuales se realizaban trasbordos de mercancía o, aglomeraciones nacidas a través de la construcción de un monasterio, un castillo, una fortaleza o una ciudad episcopal como es el caso de Tui.

Es necesario mencionar también los asentamientos en las zonas costeras como por ejemplo Baiona, Vigo o Coruña que sobresalen por su desenvolvimiento en las actividades económicas con el resto de Europa (Ferreira Priegue, 1988). Otro factor a tener en cuenta es el camino de peregrinación a Santiago dado que crea diferentes rutas y puntos de conexión entre varios municipios y centros históricos creando puntos de gran interés para los intercambios comerciales y enriquecerá a las villas por las que pase tanto a nivel económico, cultural como al desenvolvimiento urbano de las ciudades.

Por lo tanto, destacar que estas rutas que unen los diferentes centros tanto a nivel terrestre, a través de las vías romanas o del camino a Santiago, como a nivel marítimo a través de los puertos, no hace más que en los puntos de confluencia se desarrollen aglomerados urbanos con una estructura urbana sólida y en constante desenvolvimiento.

El desenvolvimiento de estos centros urbanos en Galicia se data principalmente de la edad media entre los siglos XII y XIII y se centrará en las zonas costeras, fronterizas y en zonas de rutas comerciales como se ha mencionado anteriormente. A estos núcleos no hay que olvidarse de las ferias semanales que irán apareciendo gracias al intercambio de productos como es el caso de Tui, a las cartas florales, los foros o la concesión de privilegios de los monarcas que darán a las villas un impulso para su crecimiento y su formación.

“A cidade da época medieval, propriamente dita, só aparece em começos do século XI, e desenvolvem-se principalmente nos séculos XII e XIII. Até esse momento, a organização feudal e agrária da sociedade dominam completamente. Frente a esta, o crescimento das cidades é originado principalmente pelo desenvolvimento de grupos específicos, de tipo mercantil e artesão.”

(Goitia Chueca, 2003, pág. 79)

Estas rutas irán modelando el paisaje y transformando sus aglomerados urbanos y modificando su morfología. Estos núcleos fueron fundados de nuevo en algunas situaciones, en otras como el caso de Tui fueron poblaciones ya existentes anteriormente situados de forma estratégica que lo único que hicieron fue consolidar y desarrollar su forma urbana. Este tipo de asentamientos son denominados por Gómez Galán (2008) como preurbanos.

En el caso de Tui, la ciudad no tiene que ver sólo con defensa, si no también, como punto estratégico de intercambios comerciales. Desde los primeros asentamientos en el antiguo Tude, la ciudad se caracterizó por el intercambio de productos, tanto internamente a través de intercambio de productos agrícolas como a nivel externo exportando minerales (Iglesias Almeida & Mendez Cruz, 1990).

Respecto a la localización de Tui, típica de las ciudades medievales gallegas, situadas en locales de difícil acceso, o próximos a las inmediaciones de un río como es el caso del río Miño, que actuaba como obstáculo para los enemigos, pero también como una articulación mercantil entre los dos territorios. Esa articulación mercantil o red viaria configurada a través de la vía XIX que une los diferentes puntos de intercambio de productos, destacando tres núcleos importantes, pertenecientes a la misma sede episcopal por aquel entonces, como es el de Braga, Lugo y Astorga. A lo largo de su unión se van estableciendo pequeños aglomerados que funcionan de intercambio de productos, lugares de descanso o puntos estratégicos de defensa. Entre estas pequeñas ciudades se encuentra Ponte da Lima, Tui, Pontevedra o Iria (Santiago C.).



Fig 12. Representación de la vía XIX. Esta vía romana a lo largo de la costa este que une Braga con Astorga a su paso va dejando pequeños núcleos o ciudades entre las que se encuentra Tude, actualmente Tui.

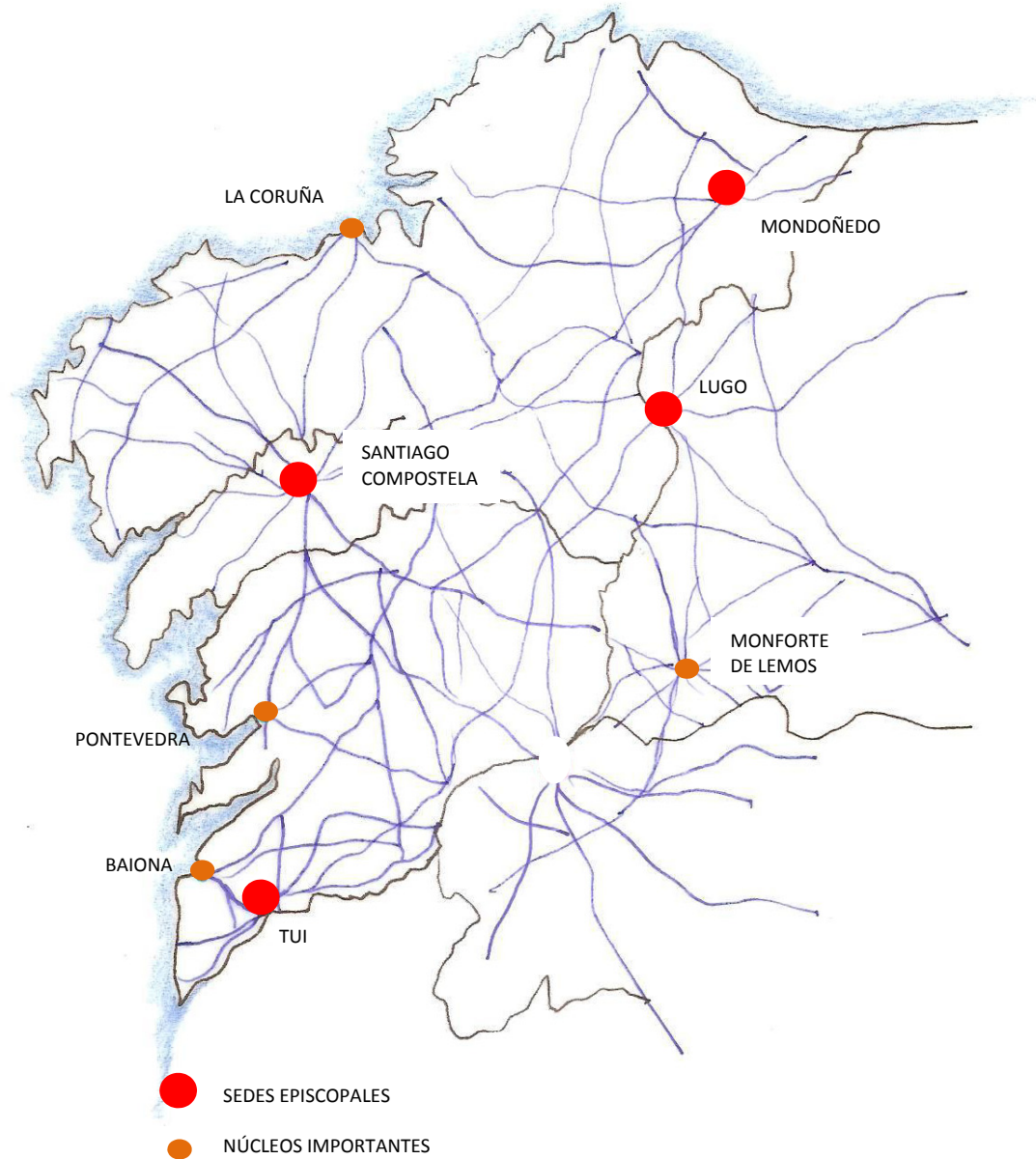


Fig. 13 **Mapa de los caminos medievales.** Tui se encuentra en un importante nudo comunicacional al sur de la provincia de Pontevedra, próximo a Portugal y como sede episcopal de la provincia de Pontevedra. Comunicaba con importantes ejes a Pontevedra, Baiona o Santiago de Compostela por la antigua vía XIXy con Ribadavía, núcleo importante en la época, a través de una red medieval siguiendo la orilla del río Miño. Además se puede observar que únicamente cuatro ciudades se representan una sede episcopal: Tui, Santiago, Lugo y Mondoñedo, relevando la importancia de Tui en ese momento.

3.1.2 La situación fronteriza

Son múltiples las relaciones existentes entre Galicia y Portugal a lo largo de la historia, como recalcan numerosos estudios realizados al periodo medieval autores como Ferreira Priegue (1988) o Iglesias Almeida (1984).

En el caso particular de la formación de Tui, no se puede entender parte de su desenvolvimiento y formación sin hacer alusión a la situación fronteriza con Valença. A través de los diversos estudios se observan fuertes evidencias entre estos dos territorios tanto a nivel comercial marítimo y sus puntos de intercambio mercantil como a través de intercambios comerciales en las áreas limítrofes.

Tui en la Edad Media pasa a ser una zona fronteriza entre los dos reinos, ya sea a nivel geográfico como a nivel político, no obstante su diócesis poseía tierras en ambos reinos, con lo que facilitó que ambos territorios fueran un encuentro entre gallegos y portugueses, poseedores de una misma lengua y costumbres similares lo que facilitó las relaciones humanas al margen de las confrontaciones políticas.

“la frontera política fijada inicialmente en el tratado de Tui de 1137, y finalmente delimitada en el tratado de Chaves de mayo de 1252, no sólo afectó a la frontera eclesiástica que durante tiempo no tuvo en cuenta la línea de demarcación del reino, sino que originó una peculiar frontera comercial, jurídica y social. Sin lugar a dudas una frontera política que nada coincidía con la frontera mental”

(Romero Portilla, 2006, pág. 248)

Durante ese período resalta la permeabilidad existente entre las fronteras al continuar Tui con el monopolio del vino, dominando así el tránsito fluvial por el río Miño hasta el siglo XV donde tuvo su mayor apogeo. A partir del 1452, fecha en la que Juan II de Castilla establece que únicamente los puertos de Coruña y Baiona tuviesen privilegios comerciales, el puerto de Tui principia su decadencia a partir de ese momento (Baquero Moreno, 1990).

No se puede olvidar que durante la Edad Media Galicia y Portugal sufren invasiones y enfrentamientos constantemente y siguiendo la diócesis con posesiones a ambos lados que originaban privilegios, donaciones o cobro de impuestos para el mantenimiento de la diócesis. Al estar en territorio portugués los reyes portugueses también entraban en los nombramientos de los obispados tudenses con lo cual provoca una situación peculiar. A partir del siglo XIV las diócesis gallegas que pertenecían al arzobispado de Braga hasta entonces se integraron a la provincia compostelana perdiendo los bienes del reino portugués. Sin embargo a pesar de los numerosos conflictos siempre existieron lazos entre ambos territorios; intercambio de productos, ferias, estrecharon lazos por vía matrimonial. Se trató de una relación económica y social continua a pesar de las adversidades (Vila-Botanes, 2001).

Baquero Moreno recoge en su texto *Relaciones entre Portugal e a Galiza nos seculos XIV e XV* un fragmento de Rui Fernades en el que se manifiesta el intercambio de productos alimentarios entre las dos poblaciones

“Outros y nos moramos junto com o extremo de Gallyza e Husamos com elles e elles connosco como Yrmãos e elles pasam a esta parte boys, ouelhas e leuam outros cambando hũus per outros e trazem pescado e leuam quatro e balqueriques de pam e ora nos he per bem de nossa hordenaçom cayrmos em ello em alguma pena nom sabemdo parte de tal hordenaçom”

(Rui Fernandes, citado por Baquero Moreno, pág. 39)

Este intercambio de productos necesarios para las dos comunidades acaba posteriormente materializado en contrabando al robarse animales de un lado para venderlo en el otro (Antunes Pintos Neves, 2008).

Durante los siglos siguientes siguen las actividades comerciales entre estos dos territorios hasta la llegada de la guerra de la Independencia de Portugal en el siglo XVII que disminuyó drásticamente el comercio entre ambos.

Según Antunes Pinto Neves (2008), en el siglo XVIII el comercio se volvió a incrementar con el transporte de mercancías como la cal , el vino , la madera o la sal entre otros productos.

Ya en el siglo XX, podemos afirmar que las relaciones existentes entre el municipio de Valença y el de Tui a nivel comercial son puramente a través del contrabando. Productos como los huevos, el maíz, el bacalao o las habas eran pasados de Valença a Tui de manera ilegal hasta que se permitió su exportación legal. Antunes Pinto recoge en su texto un fragmento del periódico *O primeiro de Janeiro* de 1916 donde muestra estos hechos *“más não é só o milho e o feijão que, em quantidades enormissimas, vão para a Galiza; também os ovos e as galinhas, e tudo o que nos é preciso para a nossa subsistencia, para lá vão às ocultas...”*(pág 95).

Se puede decir que en la década de los años 50, el comercio rayano era abarcado de forma local hasta que en 1957 se creó el boletín de registro previo que regulaba el comercio externo para evitar el contrabando. Fue una manera de regular el contrabando y evitar una exportación mayor (Antunes Pintos Neves, 2008).

A partir de la década de los años 70 esta situación se ve fuertemente alterada debido a varios motivos: decadencia del nivel turístico, fijación de personas de otras provincias como Angola o Mozambique (emigrantes) o la anexión de

Portugal a la comunidad económica europea, quedando reducido de nuevo el trapicheo a nivel local (Antunes Pintos Neves, 2008).

Cabe destacar que aparte de productos alimentarios, Valença en los años 70 se especializa en el mercado de textil manteniendo un dinamismo y un crecimiento destacado mientras que Tui con la eliminación de la frontera no sale tan beneficiada (Santos Solla, 2004).

En resumen, afirmar que a lo largo de la historia entre estos territorios, las relaciones humanas entre ellos siempre han existido, a pesar de las diferencias históricas y sociales de ambos. El contacto comercial fue un punto en común a lo largo de la historia ya sea por supervivencia de la población o por intereses económicos de ambos territorios.

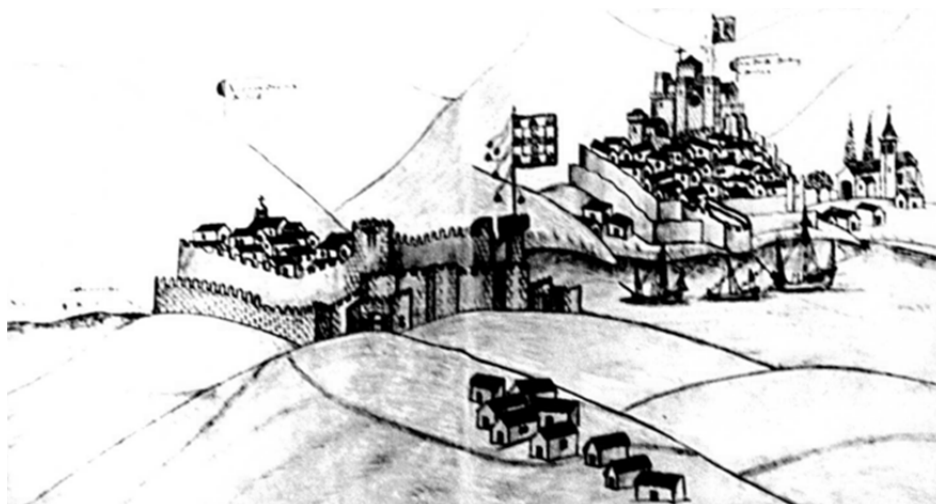


Fig. 14. **Dibujo representativo de las dos ciudades en 1507.** En este dibujo su autor Duarte D'Armas, representa a Tui, ensalzando su catedral, y a Valença enfrentadas y separadas por el río Miño.



Fig. 15 **Mapa representativo de las dos fortalezas.** Además de mostrar las fortalezas con su estructura medieval y moderna, muestra las principales vías de comunicación entre las dos ciudades actualmente.

3.2 Estructural social y administrativa

3.2.1 Aspectos culturales, costumbres y hábitos

La ciudad de Tui se caracteriza por estar desde la Edad Media unida fuertemente a la iglesia, al ser una sede episcopal, con lo cual marcará fuertemente la cultura y las costumbres de la población hasta la actualidad.

Desde que D. Diego de Muros en el siglo XV regula y reforma las prácticas religiosas en su constitución, la influencia que ejerce sobre la población a nivel de sus costumbres, comportamiento y fiestas quedará reflejado.

Respecto al comportamiento este queda marcado por la regulación de los sacramentos en los que se distinguen el bien del mal. Los pecados como la excomunión, la hechicería, la mujer casada que no vivía con su marido, el robo en iglesias u hospitales estaban fuertemente penados (Sánchez Carrera, 2004). Estos hechos nos dan una clara visión del comportamiento que debía seguir la población en aquella época, claramente relacionados con la iglesia y con la honra de la mujer. La mujer ocupa un espacio secundario, al servicio de su familia y del marido, mientras la iglesia impone su moralidad. Esta situación perduró hasta el siglo XX, ya que hasta esa época la sociedad seguía marcada profundamente por las reglas y costumbres de la iglesia. A partir de ese momento, el papel de la figura femenina cobra mayor importancia en la vida activa y laboral de la ciudad como se puede ver a través de fotografías existentes y publicadas en el periódico El Progreso en 1918 en la que se observan diversas mujeres trabajando en la fábrica de galletas “La peninsular”.

En cuanto a las fiestas, la mayoría son adaptaciones de tradiciones paganas, ya que el cristianismo intenta siempre adaptar este tipo de costumbres a las suyas. El tipo de celebraciones se relacionan con las actividades económicas como por ejemplo la pesca o basadas en la dedicación a un santo. La mayoría de estas festividades van relacionadas con vigiliias, ayunos, letanías, procesiones a las que tenía que acudir todo el mundo, etc.

Pasado los años las fiestas se volvieron celebraciones más informales y no basadas simplemente en alabar y adorar a los santos como recoge Sánchez Carrera (2004), *“parecen que no se guardan e celebran según debían”* (pág. 115), ya que para la iglesia se tenían que celebrar para agradecer a dios por los alimentos de la tierra y del mar. Muchos de los santos que se veneraban a finales del siglo XV y festividades de la iglesia como la pascua de resurrección, santos inocentes o pentecostés, se siguen actualmente celebrando sus actos religiosos con sus procesiones y actividades festivas.

Otra de las influencias cotidianas del clero sobre la población, según recoge Rey Castelao (1990), es la estructuración en torno a numerosas cofradías de carácter

profesional, organizado en estructura gremial sobre las diferentes profesiones cada una dedicada a un santo, a su patrón las cuales tenían la obligación de salir en procesión. Actualmente siguen existiendo algún tipo de cofradía ligada a la iglesia y a las embarcaciones que sale en procesión el día del patrón de Tui, San Telmo, patrón de los navegantes y santo peregrino que falleció en esta localidad. En la actualidad, esta fiesta sigue siendo una de las más relevantes para el municipio.

Asimismo, destacar que la población tudense según Álvarez Limeses (1980) se caracterizó por ser un gran centro de cultura llegando a tener diversas publicaciones periódicas durante el siglo XIX e incluso se celebran los primeros juegos florales gallegos, mostrando de esta forma la importancia que poseía la ciudad.

Hoy en día, Tui sigue manteniendo sus costumbres y hábitos relacionados con las festividades religiosas, el mantenimiento del mercado semanal forma parte ya de la cultura del municipio y de su entorno más próximo y, sigue manteniendo una importante actividad cultural.



Fig. 16. **Procesión del Sto. Pelayo 1925**



Fig. 17. **Mercado de Tui en 1915.** Otra costumbre del pueblo tudense era y es la habitual feria de intercambio de productos alimenticios y textiles realizados desde el siglo XII. En esta fotografía se observa la importancia de esta feria realizada en la calle Ordoñez y, posteriormente hasta la actualidad se realiza en la calle de la Corredera por falta de espacio ante la gran magnitud del mercado. Actualmente al mercado acude gente de todo el municipio del Baixo Miño.

3.2.2 Estrategias y legislación/normativa legal.

Durante la Edad Media la ciudad de Tui se regía mediante foros concedidos por los diferentes reyes dotándola de numerosos privilegios, lo que provocó que en ocasiones la ciudad se expandiese. No podemos olvidarnos de que estas leyes eran la muestra de un sistema social donde existía una lucha constante entre la iglesia y el poder de la monarquía, observando como en los diferentes foros la iglesia obtiene un papel relevante y parte de los beneficios gira en torno a ella y a su religión, la cual impone penas o castigos.

En el siglo XI, a Tui le son concedidos privilegios del rey D. García y de la infanta Dña. Urraca en los cuales hacen una donación del coto de Tui ampliando sus límites. Además dotan a la iglesia de poner penas monetarias si alguien sobrepasa o se entromete en el coto sin pedir permisos, roba, mata o incumple la ley.

“dono a beatísima Virxe María nai do noso señor Salvador Cristo, os coutos da sé tudense, estes son os lindeiros: así como se levanta ou se elevan dende aquel porto de Sagatanes e van entre Villarino e Figuerola e ata a mámoa entre Superata e Anta a través do monte Savagorio e ata a pedra fita que está na portela de Fredenando e conducen por vía recta ata penalba e o monte Aloia (...) se alguénnaunha ocasión entre estos lindes se atreve a vir roubar algo ou facer dano ou fazer outra violênciã antes de quedar libre sem ningunha desculpa satisfaga VI mil sólidos de prata ao obispo e coengo...”

(Privilegios de Don Raimundo de Borgoña y Doña Urraca, 1095, citado por Vila-Botanes 2001, pág. 163)

Otros fueros destacados son los fueros realizados por Fernando II en 1170, en la cual manda construir la muralla medieval para la defensa de la ciudad, nuevas viviendas y fosos para una mayor salubridad y defensa de la misma por lo que dona parte de tierras al obispo para agrandar la ciudad. Además otorga a la población campos y viñas para que las trabajen y paguen una parte al obispo y al cabildo (Vila-Botanes, 2001).

En la constitución sobre los males de la ciudad del siglo XV se siguen tratando los mismos temas como la donación o el cobro de las tierras alquiladas a la iglesia y con sus respectivas penas al no cumplir los contratos y en caso de duda los cabildos tenían mayor derecho. Además se trata sobre el cobro de los productos que llegan a través del río u otros asuntos como el cobro de las camas y los paños al fallecer a los integrantes de la iglesia baja.

Sin embargo uno de los mayores privilegios que le otorgan a la ciudad de Tui sus gobernantes es el de las barcas de pasaje en el río Miño que aparecen datados por primera vez en 1125 en las donaciones de Teresa de Portugal según Ernesto

Iglesias (1990), gran conocedor de los archivos referentes a este tema. Estos privilegios que parten del año 1125 se verían confirmados posteriormente por el conde D. Ramón y Dña. Urraca, así como por sus sucesores reyes D. Fernando III, en 1250; D. Felipe III en 1603 y Carlos IV en 1805. Con la dotación de estos privilegios los obispos cobran impuestos, diezmas, para la manutención de su señorío y otra parte para el cabildo, por lo que salen beneficiados al tener el monopolio del río como muestran diferentes documentos. Es por esta razón por la que los obispos se enfrentan varias veces al ayuntamiento de Tui y al territorio portugués para no perder sus intereses. Gracias a estos privilegios se podían reparar muchas veces construcciones en la ciudad o simplemente expandir la ciudad. Esta situación privilegiada de las barcas y de su portazgo continuó hasta el año 1797, en el que se publica una Real Orden para que no se cobre portazgo ni los derechos de pasaje sobre el río Miño. Sin embargo en 1805 el rey Carlos IV, volvió a conceder dichos privilegios hasta que en 1811 los señoríos jurisdiccionales fueron derrocados en las cortes extraordinarias.

En el siglo XIX con la nueva organización territorial en la que Tui pierde su capacidad como provincia para que la ocupe Pontevedra, afectándole administrativamente, políticamente y económicamente. La ciudad de Tui queda relegada a un segundo plano, donde la legislación prioriza a otras ciudades como Vigo o Coruña.

No obstante es después de la guerra civil cuando Tui sufre las peores consecuencias al tratarse de ser una de las últimas ciudades en caer. De esta manera salieron beneficiados los pueblos vecinos, en detrimento de la ciudad de Tui que era cabeza de partido judicial de una amplia comarca (Oia, A Guarda, Rosal, Tui, Tomiño, Porriño y Salceda de Caselas). De esta situación legal Ernesto Iglesias recoge en su libro *2000 años de historia Tudense* diferentes artículos de periódicos como Faro de Vigo o El pueblo Gallego donde hacen mención al artículo 298 de las vigentes ordenanzas de Aduanas, en la que no se permitían la instalación de industrias en la ciudad y recordando que en 1849 Tui contaba con fábricas como la de curtidos y lienzos. Otro artículo que recoge de Faro de Vigo con el título de *“dolor de Tuy en esta hora”* hace referencia a la situación geográfica en la que se encuentra Tuy y su desaprovechamiento para establecer industria por dicha ley. Otro cambio que afecta Tuy drásticamente es la creación de la diócesis Tui-Vigo en 1959, ya que después de la presencia del obispo en la ciudad de Tuy desde hace quince siglos, la administración, el obispado, el seminario e instituciones ligadas a ellas de dicha diócesis se traslada para Vigo.

En el siglo XXI, con la aparición del Plan Xeral de Ordenación Municipal, no se pudo construir en nueve años, perdiendo una ocasión para la expansión y crecimiento económico de Tui. Otro artículo de Faro de Vigo del 6 de Enero de 2010 de Eva González con el título *“Tui reclama un Plan Xeral para crecer”* menciona la urgencia por terminar dicho plan para que Tui pueda crecer y terminar con una parálisis urbanística que existe desde hace años.

3.2.3 Demografía, población y densidades

El municipio de Tui se caracteriza por tener una panorámica demográfica en aumento actualmente, a pesar de haber sufrido periodos de retroceso en su población. El hecho de aumento de la población constantemente se debe a diversos factores como por ejemplo la situación estratégica del municipio respecto a otros y su relación con otros núcleos a través de numerosas vías.

Resulta muy difícil conocer el volumen de población tanto en la edad media como en la edad moderna debido a la falta de fuentes fiables ya que los archivos parroquiales no se conservan para épocas tan antigua ni tampoco la documentación municipal. Sin embargo a partir de los datos recogidos en el IGE y en el INE desde 1842 podemos establecer una línea cronológica del crecimiento de la población mucho más fiable.

Según González Lopo (2004), la ciudad de Tui parece entrar en el siglo XVI inmerso en un proceso de recuperación producidos por los enfrentamientos de los obispos de Tui con los Sotomayor que produjeron numerosos daños en la estructura de la ciudad. A finales de los años ochenta del siglo XV D. Diego de Muros establece ciertas medidas para la recuperación de las viviendas y del puerto comercial lo que se ve reflejado en su demografía.

Los datos del año 1528 no deben ser tenidos en cuenta al tener en su censo la ausencia de hidalgos y eclesiásticos y es posible que el número de vecinos sea intramuros por lo que justificaría el desajuste de los datos. Entre 1520/70 la población tudense se mantuvo positiva al igual que el resto de Galicia que atraviesa una etapa de crecimiento, especialmente en las localidades marítimas. Otro hecho fundamental es el aumento de la población rural que repercute en la población urbana al aumentar los artesanados. No obstante el crecimiento de Tui se vio más limitado que otras villas al aumentar las capacidades de las villas de Baiona o Vigo (Ferreira Priegue, 1988). Sin embargo el dato de 1557 sigue demostrando a Tui como la segunda ciudad de la provincia demostrando el auge y el dinamismo de las actividades económicas (González Lopo, 2004).

En la mayor parte de la población gallega sufre en 1563 un episodio de peste que marca negativamente todas las localidades. Con todo el municipio no se ve reflejado en la disminución del número de habitantes aunque se sospecha que al haber afectado a todas las localidades lindantes le hubiese afectado en parte a Tui. Sin embargo será la peste del 1599 el que consta que le afectó de lleno en numerosos escritos, a pesar de ello la ciudad se recupera positivamente y hasta incrementa un mercado semanal, hasta entonces solo existían tres ferias anuales (González Lopo, 2004).

Otro hecho a tener en cuenta es la guerra producida en 1640 con Portugal, que lejos de perjudicarle demográficamente, su crecimiento sigue siendo positivo.

Este hecho es estimulado por la presencia de tropas y milicias en la ciudad que llenaban las calles y las plazas provocando un aumento de la actividad artesanal. Además el aumento de las murallas y de construcciones militares desde el 1642 ayuda de manera clara al crecimiento demográfico. No obstante al final de la guerra en 1668, el papel desempeñado por Tui pierde su relevancia estratégica y junto con las deficientes comunicaciones y el auge de las villas marinas, el municipio sigue siendo centro administrativo civil pero su desarrollo urbano se ve fuertemente afectado.

El conflicto desarrollado a principios de siglo XVIII contra Portugal y la guerra de sucesión española afectó al desarrollo de Tui al igual que el resto de Galicia. Estos hechos traen consigo una época de hambre y decadencia como se expone a continuación:

“gran necesidad de pan y motivo por el que así de dicha provincia y obispado, como de otros del reino de Galicia an concurrido en multitud de pobres a pedir dicha limosna, y se ben tan desfigurados sus rostros y algunas muertes repentinas en ellos...”

(González Lopo, 2004, pág. 167)

Ya en 1753, Según las Respuestas del Catastro de la Ensenada recoge el envejecimiento de la población y su situación de decadencia. Esta falta de dinamismo provoca la poca atracción migratoria del éxodo rural a la ciudad debido a los episodios de guerra, a la ausencia de cambios económicos en su base que sigue siendo estructurada en base a lo rural. La tabla mostrada a continuación refleja esta situación, sorprendiendo el dato de los emigrantes extranjeros de Tui con respecto a la procedencia de Santiago o Ferrol. Este hecho se debe a la procedencia de extranjeros portugueses en el municipio de Tui.

AÑOS	VECINOS	HABITANTES
1528	86	-
1557	460	-
1561	462	1633
1571	500	1800
1591-94	496	1785
1631	538	-
1640-50	700	2520
1700-10	881	3517
1753	962	3817
1787	975	3987
1828	1050	4200

Fig.18. **Tabla de datos demograficos entre los siglos XVI-XIX.** Se debe tener en cuenta la división entre vecinos y habitantes y la falta de fuentes que completen estos datos.

HOMBRES						
Procedencia	Santiago		Tui		Ferrol	
Galicia	2220	89.7%	416	62.1%	1107	70.8%
Resto de España	237	9.6%	136	20.3%	365	23.4%
Extranjero	18	0.7%	118	17.6%	91	5.8%
MUJERES						
Procedencia	Santiago		Tui		Ferrol	
Galicia	1914	94.6%	563	95.1%	1017	86.4%
Resto de España	101	5.0%	15	2.5%	150	12.7%
Extranjero	8	0.4%	14	2.4%	10	0.8%

Fig 19. **Procedencia de inmigrantes tudenses (1781-1800).** Destaca el número de extranjeros varones en Tui respecto a los otros municipios.

Desde el siglo XIX se aprecia un crecimiento positivo en la población a un ritmo más lento exceptuando determinados años, si bien con retrocesos en determinados momentos.

Entre los años 1887 y 1900 se observa un descenso del número de habitantes. Este hecho se debe a la situación que vive España en este momento reinada por M^a. Cristina de Habsburgo. La corona española se encuentra envuelta en la guerra de las colonias perdiendo sus últimas colonias, Puerto Rico, Cuba y Filipinas.

A pesar de la situación que vive España entre 1936-1940, la guerra civil, la mayoría de municipios tienen pérdidas importantes demográficas. Sin embargo el municipio de Tui se mantiene en aumento su número de habitantes. Este hecho en parte se puede deber a ser Tui uno de los municipios que más resistencia mostró y fue uno de los últimos en caer en manos franquistas.

Una de las mayores decadencias de la población se observa entre los años sesenta y setenta, al igual que en el resto de los municipios gallegos, alentados por la crisis de la agricultura, inmersa en un proceso de modernización productiva y, dado el minifundio característico de Galicia fue incapaz de adecuarse a un mercado más competitivo. La población emigra a las ciudades en busca nuevas ciudades. La cercanía del municipio con Vigo ejercerá una fuerte influencia en su economía.

Otro pico destacado es en 1981, cuando parte de la gente emigrante regresa al municipio con mayores recursos económicos reflejándose este período también en el aumento de la cantidad de establecimientos como se verá en el capítulo 4, beneficiado también por el fin de la dictadura de Franco en 1975 (recordemos que Tui fue una ciudad republicana y que la dictadura castigó duramente) . A partir de este momento la población de Tui aumenta poco a poco, con épocas de estancamiento hasta la actual población.

AÑO	NUMERO DE HABITANTES	FUENTE
1842	6689	Os concellos galegos
1860	11774	Os concellos galegos
1877	12710	Os concellos galegos
1887	11284	Os concellos galegos
1900	11113	INE
1910	11986	INE
1920	12529	INE
1930	12219	INE
1940	13500	INE
1950	13865	INE
1960	12671	INE
1970	12600	INE
1981	14975	INE
1991	15245	INE
2002	16052	IGE
2012	17230	IGE

Fig. 20. **Tabla de la evolución demográfica de Tui.** En el censo de 2002 y 2012, la población que aparece es residente, equivalente a la de derecho

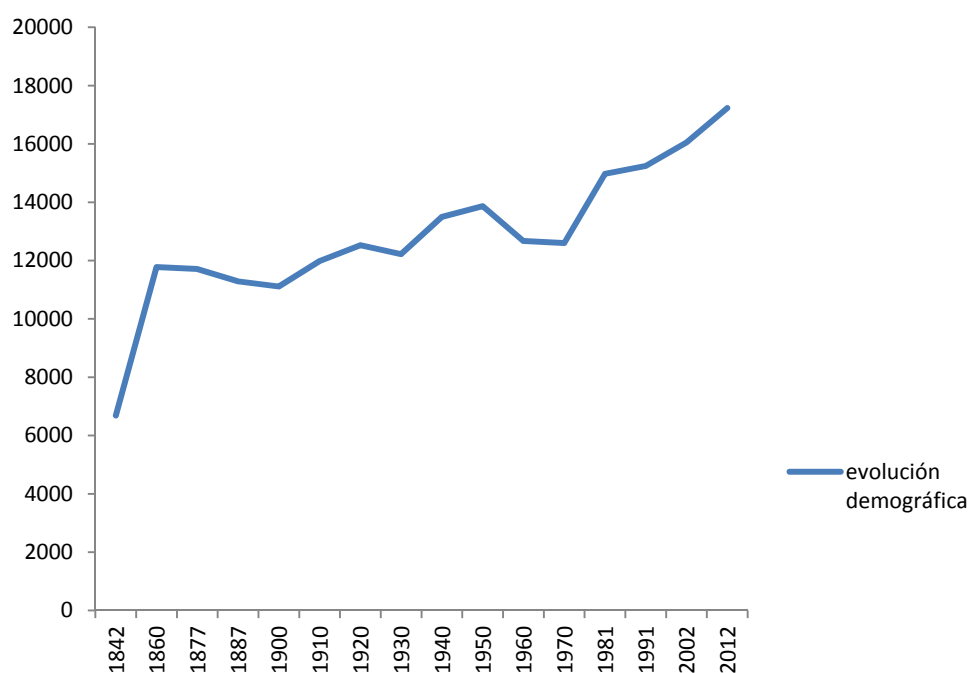


Fig. 21. **Evolución demográfica de la población desde 1842 a 2012.** Basada en la figura anterior

3.3 Condiciones económicas y productivas

El municipio de Tui se caracterizó desde tiempos remotos por tener una economía muy ligada al comercio transfronterizo y a la agricultura debido a su situación geográfica. Por un lado está el río Miño que actúa como línea divisoria física entre la localidad de Valença y Tui que un día pertenecieron al mismo reino. Por otra parte se encuentra la localización de la ciudad próxima al río Miño, que hace que las tierras sean fértiles y adecuadas para el cultivo. A partir de la segunda mitad del siglo XX al modernizarse los modos de producción de la agricultura ha obligado a Tui a especializarse en otros sectores, especialmente en los servicios.

ECONOMIA			
Agricultura	Dato	Periodo	Fuente
Exportación de ganado ovino	154	2.011	IGE-CMR
Total ovinos	432	2.011	IGE-CMR
Administración pública			
Ingresos municipales	12.636.977	2.010	MH
Impuestos directos	2.726.697	2.010	MH
Impuestos indirectos	162.714	2.010	MH
Tasa y otros	2.783.467	2.010	MH
Rendimiento IRPF	14.562	2.009	AEAT
Construcción			
viviendas a crear de nueva planta	18	2.011	IGE-MF
Variación neta del parque de viviendas	20	2.011	IGE-MF
Edificios a crear nueva planta	21	2.011	IGE-MF
Parque de vehículos			
Total	13.704	2.012	DGT
Turismos	10.289	2.012	DGT
Vehículos turismo matriculados	133	2.012	DGT
Sistemas cuentas			
Renta disponible bruta por habitante	13.167,21	2.009	IGE
Empresas*			
Empresas por condición jurídica			
Total	1438	2.011	IGE
Personas físicas	743	2.011	IGE
Sociedades anónimas	15	2.011	IGE
Sociedades responsabilidad limitada	568	2.011	IGE
Cooperativas	3	2.011	IGE
Otras	109	2.011	IGE
Empresas por actividad			
Industria	132	2.011	IGE
Construcción	320	2.011	IGE
Servicios	986	2.011	IGE
Empresas por extracto asalariado			
Sin asalariados	889	2.011	IGE
De 1 a 2 asalariados	291	2.011	IGE
De 3 a 5 asalariados	136	2.011	IGE
De 6 a 9 asalariados	39	2.011	IGE
De 10 a 19 asalariados	52	2.011	IGE
De 20 a 49 asalariados	24	2.011	IGE
De 50 a 99 asalariados	4	2.011	IGE
De 100 a 249 asalariados	2	2.011	IGE
De 250 o más asalariados	1	2.011	IGE
Unidades locales	1.645	2.011	IGE

Fig. 22. Principales datos económicos del año 2011.

Sin embargo, ya en la primera parte del siglo XX, el comercio existente en Tui se caracterizaba por ser mayoritariamente de tipo ultramarinos y alimentación, acompañado de servicios como la oficina de correos o médicos entre otros (Álvarez Limeses, 1980). No obstante la escasa información existente sobre este siglo es la referente al contrabando de alimentos y a determinados tipos de comercio como se muestra en los puntos siguientes.

3.3.1 Estructura productiva y sus principales actividades económicas

El municipio de Tui y especialmente toda el área de la comarca del Baixo Miño se caracterizó desde la antigüedad por basar su estructura productiva en la agricultura. Según los datos del Catastro de la Ensenada, el 21,7% de la población se dedica a la agricultura exclusivamente y esta población se distribuiría a las afueras de la ciudad, en Pazos de Reis y Randufe, dato que destaca si se contrasta con otras ciudades de igual importancia en la época como es Santiago de Compostela. El artesanado obtiene el mayor porcentaje de ocupación de la población con un 24.3% muy poco por encima de la agricultura y con una fuerte diferencia, 40% en Santiago de Compostela. Hay que tener en cuenta que un grupo reducido de labradores también confecciona algunos productos textiles. Sin embargo los mercaderes representan un 3.1%, un porcentaje muy inferior al resto de profesiones, aunque no podemos olvidarnos de que la mayor parte de la población realizaba intercambio de productos alimentarios para el sustento diario.

Podremos afirmar que dicha estructura proviene de la Edad Media, al igual que en toda Europa cuando obtiene el mayor auge, la cual será la base de su economía y desenvolvimiento posterior hasta entrado el siglo XX. Además de la ciudad medieval propiamente dicha, Tui poseía a extramuros de la sede episcopal, grandes campos que eran aprovechados para la agricultura.

a) Agricultura y ganadería

Tui como se mencionó ya anteriormente cuenta con tierras muy fértiles al tratarse de suelos tipo arcilloso-silicio lo que facilita todo tipo de cultivos. Además la proximidad con el Miño y otros riachuelos como el Louro que atraviesan el municipio influyen en la plantación de dichos cultivos.

El auge de la agricultura lo podemos datar en el siglo XII y XIII que debido al buen factor climatológico, sin grandes variaciones en las temperaturas ni en las precipitaciones. Este hecho contrasta fuertemente con las variaciones climatológicas en los siglos siguientes XIV-XV provocando épocas de secas y hambres para la población.

La estructura productiva de las tierras del municipio en Tui según el Catastro de 1753 se distribuye mayoritariamente entre tierras de labradío regadío (14,7 Ha) y secano (211,05 Ha), prados de regadío (4,22 Ha), huerta (4,22 Ha) y viñedos

(14,07 Ha) infravalorando las dehesas, pinares y otro tipos de estructuras. Podemos destacar que a través de los datos logrados de las respuestas de los habitantes se han obtenido que la mayoría de la superficie esté en explotación continua y dedicada mayoritariamente al cultivo del cereal. Toda la estructura de regadío se rige por un tipo de rotación simple: cereal de invierno en el primer año, trigo en las mejores tierras, centeno en las inferiores, y cereal de primavera en el segundo, maíz en todas las calidades, salvo en la tercera de secano en la que se siembra mijo menudo.

Respecto a los cultivos de frutales según Vila-Botanes (2001), tenemos referencia a través de la documentación y la toponimia del lugar. Así pues, sabemos de la existencia de pumares por la presencia de los lagares y de la existencia de árboles como la higuera, el olivero, el castaño, el peral o el melocotonero por su toponimia.

El diccionario de Madoz (1846) recoge que la producción más destacable es el trigo centeno, maíz, panizo, cebada, lino, legumbres, hortalizas, frutas de toda clase, vinos, maderas y abundantes pastos. Sin embargo el catastro de la ensenada no recoge el cultivo de lino, hecho al que se debe que su plantación (2%) se hiciese en feligresías limítrofes como Guillarey o Rebordans, por lo que se deduce que la confección de lienzos estaba ligado a la ciudad urbana y la materia era extraída de otras zonas.

En cuanto a la superficie dedicada a los viñedos es bastante limitada si se compara con la de la comarca del Baixo Miño (caracterizada por el cultivo de vino a gran escala), a pesar de su alta rentabilidad y tratarse de unos de los productos de mayor comercialización. La producción en Tuy de vino se encuentra alrededor de los 37.600 litros de vino anuales y parroquias como Salceda de Caselas sus vecinos se dedican únicamente al cultivo de este producto, insuficiente para el abastecimiento de toda la población del municipio como reflejan diferentes ordenanzas como la de 1609 o 1772 en la que se protegía el vino de la competencia portuguesa con lo cual para abastecer a toda la población se importaba el vino de las parroquias limítrofes. Sin embargo la rentabilidad conocida a través de las valoraciones del diezmo del vino (30.900 az) es muy superior a la de otros cultivos como el centeno (960 fer.), el trigo (720 fer.) o el maíz (120 fer.), (Rey Castelao, 1990).

Superficie de Tierras trabajadas en hectáreas			
Año	1989	1999	2009
Total	4342	3349	395
Tierras labradas	988	434	202
Tierras para pastos permanentes	84	177	83
Especies arbóreas e forestales	3094	1995	72
Otras tierras no forestales	176	743	38

Fig. 23 Superficie de Tierras trabajadas durante los años 1989, 1999 y 2009.

A partir del siglo XX la superficie de tierras trabajadas va disminuyendo según pasa el tiempo como muestra la siguiente tabla. El cultivo de viñedos se ve reducido según el censo agrario de 2009 hasta las 66 hectáreas, predominando los cultivos herbáceos con 120 hectáreas dedicados mayormente a huertos familiares para el propio consumo. La agricultura pierde fuerza a medida que la industria y el sector de los servicios van cobrando mayor relevancia.

Por otro lado no podemos olvidarnos de la ganadería, sector fuertemente ligado a la agricultura y que fue productiva debido a la aproximación entre los espacios agrícolas y la ciudad. Es muy frecuente que la ganadería fuese empleada como intercambio de transacciones comerciales como muestra el libro de la Dizimaría citado por Vila-Botanes (2001, pág 174). *“...un becerro que ficou dora dous anos louradino fillo da Loura;” un porco preto de un ano; “un anno;” metade un hun becerro fillo da parda;” medeo cabrito;...”*.

Según el Catastro de la Ensenada, en el siglo XII la ganadería estaba compuesta por unas 3100 cabezas repartidas entre ovino-caprino (58%), 1/3 de vacuno, equino (4,4%) y el resto compuesto por cerda. El desequilibrio entre el sector del ovino y el resto se debe a la posibilidad de aprovechar los rastrojos del centeno y del trigo en todo el territorio. Además la gran cantidad de dehesas junto con los montes abiertos y solares del municipio tudense hacen propicio el desenvolvimiento de este sector.

El diccionario de Madoz (1846) respecto al tema ganadero se refiere a la existencia de ganado vacuno, lanar, cabrío, de cerda, liebres, conejos, perdices, codornices y otras aves. Cabe destacar que estos animales ganaderos no solo se utilizaban para el intercambio de las transacciones comerciales o el sustento alimentario de la población sino que tanto sus pieles eran utilizadas en la elaboración de textiles como su fuerza era empleada para trabajar, arar las tierras o como medio de transporte para transportar mercancías o personas. Sin embargo al igual que la agricultura el sector ganadero disminuyó drásticamente en el siglo XX.



Fig. 24. **Orilla del Miño.** Fotografía de dos bueyes sujetos a un carro para transportar otro tipo de materias primas. Muy típicos durante años en los municipios gallegos .

b) La pesca

El río Miño se caracterizó en la Edad Media por un ecosistema rico que perduró a través del tiempo y que hoy se encuentra prácticamente en vías de extinción. Las especies predominantes en el río fueron los salmones, sábalos, lampreas, angulas, soyas, mújeles y truchas.

El monopolio de la explotación del río Miño durante la Edad Media lo poseían la iglesia de Tui y el obispo mediante el privilegio concedido en 1125 por Dña. Teresa de Portugal como recoge Iglesias Almeida (1990, pág. 94) *“desde la villa de Lazoiro hasta la desembocadura del río que nadie se atreva a pescar en el sino con la autorización de vuestro mayordomo”*

Los métodos utilizados en el río varían según la zona del río. En su parte más alta estaba constituido por las *pesqueiras*, abundantes en ambas orillas del río y ya en la Edad Media se hace referencia a ellas. En las orillas y parte más baja se empleaban los barcos o los “portos”, antiguos lugares estratégicos para la pesca con red que aforaban o arrendaban a sus propietarios, normalmente al Cabildo de Tui, los monasterios y señores feudales en la parte española y a la Corona Real en la parte portuguesa.

La pesca constituyó un elemento de intercambio comercial y de sustento para la población tudense como muestran diferentes documentos a lo largo de toda la historia. Existen documentos que recoge Iglesias Almeida (1990), como por ejemplo los libros de Arbitrios del ayuntamiento de Tui entre los años 1926-38 en el que recoge la cantidad de pescado que se vendía en la plaza procedente del río Miño. Por lo tanto se demuestra que desde la Edad Media hasta mediados del siglo XX, Tui contaba con una abundante pesca para la venta y comercialización y que, posteriormente la cantidad de pescado en el río Miño disminuyó debido a la explotación indiscriminada del río, a la alta contaminación y los aparejos inadecuados de pesca que arrasan con la cría del pescado. A día de hoy podemos disfrutar muy poco de los manjares del Miño.

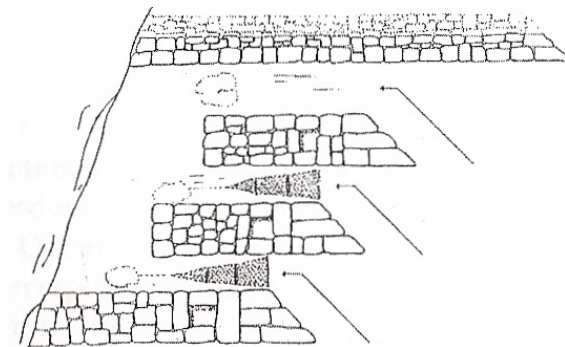


Fig. 25. **Esquema de una planta pesqueira.** Las pesqueiras están formadas por varios muros llamados “poios”, colocados unos a seguir de otros en posición transversal al río y entre los espacios dejados se colocaba un tipo de red o cono que capturaba el pescado.

c) El artesanado

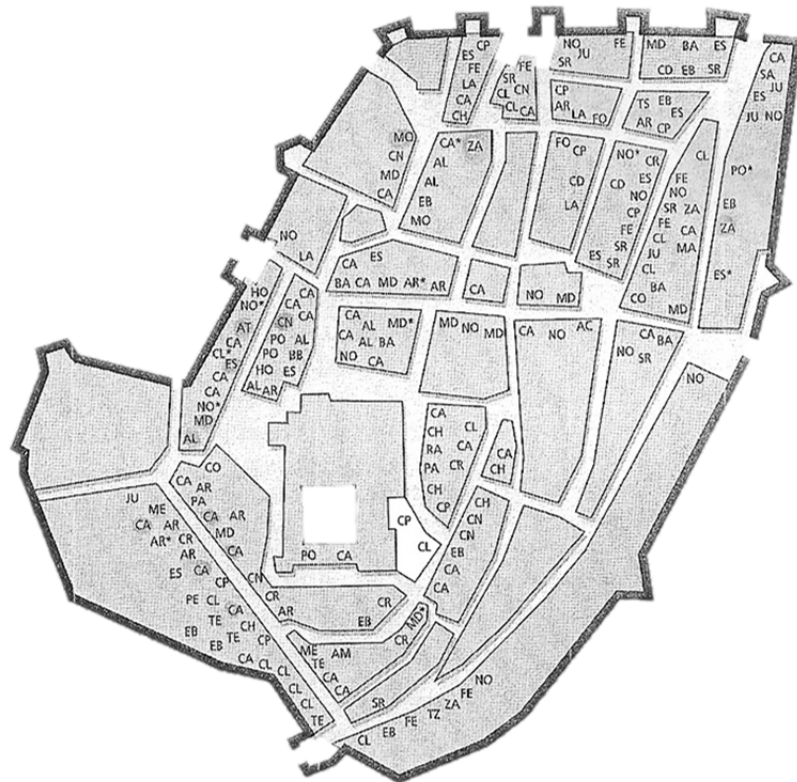
La mayoría de las ciudades medievales europeas se caracterizan por tener un desarrollo ligado a la agricultura y al artesanado. En este caso la actividad artesanal tudense se fue desarrollando poco a poco durante la Edad Media hasta alcanzar su auge. Sin embargo al pasar los siglos, el artesanado en Tui al no especializarse en un determinado sector decae, llegando al siglo XX muy poca industria artesanal.

En el siglo XV, según Vila-Botanes (2001), la ciudad de Tui es un centro económico liderado por el artesanado especializado en la actividad labriega y los oficios encontrados en la ciudad son muy diversos de cara a cubrir las necesidades de entonces (armero, bodeguero, hornero, pescador, tejero, tejedor, tendero, sastres, cantero, carnicero, orive, etc.). Se debe tener en cuenta la proximidad con tierras de alta calidad agrícola por lo que la presencia de labriegos dedicados al artesanado o a la inversa.

Según recoge González Lopo (2004), en el 1561 el 18% del vecindario se dedica a la realización de actividades artesanales, quedando distribuida de la siguiente manera; el sector de la alimentación y suministro doméstico 19,7%, la construcción y mobiliario el 40%, la vestimenta y el calzado un 37% y por último las actividades suntuarias un 2,4%. En esta época el artesanado aún es débil ya que aún se encuentra sin agremiar y el mayor porcentaje lo obtenemos a través del sector de la construcción y mobiliario (canteros, cerrajeros, carpinteros, y herreros). Pocos años más tarde, en 1574 son estos quienes constituyen el primer gremio bajo el patrocinio de Ntra. Sra. Del Buen Suceso siguiéndole el gremio del calzado.

La guerra producida en el siglo XVII entre España y Portugal lejos de disminuir el artesanado, aumentó la demanda de productos manufacturadas para dar servicio al ejército lo que dio lugar a nuevos gremios como tejedores, cordoneros, herreros, herradores, caldereros, cerrajeros y latoneros. A partir del siglo XVIII según recoge el Catastro de la Ensenada en 1753, el número de artesanado ya no ocupa la primera posición (campesinado urbano), si no la segunda con la presencia de un 24,3%. Se puede decir que el artesanado presenta un tono general mediocre ya que la mayoría no alcanza el ingreso medio declarado. Cabe destacar que ya no es la construcción el sector predominante si no el textil y el del calzado que predominan con 62% respecto a los demás sectores productivos.

A partir del siglo XIX la actividad artesanal desaparece de la villa debido a una falta de especialización y una mecanización de medios productivos perdiendo así parte de la riqueza de lo que un día formó parte de la vida urbana tudense.



PA Parteira	RA Rasoeiro	BB Barbeiro	CA Canonigo	ES Espadeiro	NO Notario
AT Aagriador	FO Forneiro	LA Labrador	CL Clérigo	JU Juez	EB Escribano
PO Porteiro	TO Toneleiro	LU Luminario	HO hospitaleiro	SR Sarrallador	CP Carpinteiro
AL Alfayete	CO Correiro	CD Rasoeiro	MD Mercader	BA Bachiller	CN Carniceiro
ZA Zapateiro	FE Ferreiro	PD Forneiro	AP Aparellador	AR Arcediano	CH Chantre
MA Manceba	MO Molineiro	TE Tesoreiro	AS Sastre	ME mestrescola	TZ Tecelan

Fig. 26. Mapa de situación de las profesiones durante el siglo XV. El diseño muestra cuales eran las arterias principales de la ciudad según la distribución de los oficios.

Estructura profesional de Tui (1753)			
Profesión	Cantidad	Profesión	Cantidad
Zapateros y curtidores	57	Banasteros	2
Sastres	43	Barqueros	2
Aprendices	4	Chocolateros	3
Sombrereros	1	Cereros	3
Carpinteros	24	Silleros	2
Canteros y albañiles	19	Aguardenteros	2
Cerrajero	1	Músicos	3
Molinero	1	Sacristanes	2
Horneras y panaderas	13	Campaneros	1
Carniceros	5	Vendedores de fruta	1
Herreros	11	Pescaderos	6
Herradores	1	Tenderos de aceite, vino y lienzos	9
Plateros	3	Mercaderes vino y taberneros	18
Escultor	1	Mercaderes al por mayor	3
Mesonera	1	Médicos	2
Botones y cordoneros	3	Barbero y sangrador	1
Tejedores	49	Farmacéuticos	10

Fig. 27. Estructura profesional de Tui en 1753. En la tabla se muestran algunas de las profesiones que existían en la época destacando el gremio de los zapateros y curtidores.

d) La industria

El municipio de Tui no se caracterizó por tener un gran desenvolvimiento industrial ya que la industria existente en la Edad Media estaba ligada a la estructura productiva agrícola existente. En el siglo XX se pierde la mayoría de los artesanados y con ello se desvanece la posibilidad de industrializar esta actividad.

Durante el siglo XV, la industria de mayor resalte eran los pelajes, ubicados en el exterior de la ciudad debido al olor que desprendían y a la necesidad de espacio. Se situaban en Riomuiños en donde curtían los pelajes y los cueros para después ser usados por los zapateros o peleteros de la ciudad. Otra actividad industrial de esta época eran los molinos esparcidos por todo el municipio, aunque los de mayor importancia se situaban en Riomuiños. La importancia de estos molinos harineros está justificada por la intensa actividad agrícola y la presencia de numerosos hornos en la ciudad que podrían ser para elaborar pan.

El diccionario de Madoz (1846) respecto a la industria comenta la existencia de molineros harineros, sierras al agua para el corte de madera, fábrica de curtidos, telares de lienzos y mantelería del país. Otras referencias que encontramos a la industria del siglo XIX, es la recogida por González Lopo (2004, pág. 175) de la imagen que dibuja Labrada de Tui.

“La principal industria en Tui son las lencerías del país; hay también en la ciudad algunas fábricas de sombreros ordinarios y de curtidos; una excelente de licores, que beneficia por mayor y menor don Juan Azuaga, el mayor en sociedad con Ventura Mora. Las señoras religiosas del convento de la concepción despachan al año más de cuatro mil arrobas de dulce de perada, que fabrican. Don Juan Maceyra tiene un almacén bien surtido de toda clase de maderas que beneficia. Y los señores Abión, Lago y Lemos tienen arrabales almacenes de genero de madera de aire, sebo y cueros, que despachan por mayor y menor para países extranjeros y para el reino”

A través de la descripción anterior, llama la atención la mención a las actividades que realizan las monjas como industrial demostrando la escasa industria. Debemos resaltar la importancia a la fábrica de curtidos ya que durante la Edad Media y en épocas posteriores, hasta que se inventaron los productos sustitutivos, el cuero era una materia prima muy útil tanto para la creación de pergaminos, pasando por obras de arte hasta la fabricación de la vestimenta y el calzado (Iglesias Almeida E. , 2001). Actualmente el municipio cuenta con parque empresarial y con una actividad industrial formada por 132 empresas superándola por el sector de la construcción y de los servicios, por lo que la ciudad de Tui sigue sin caracterizarse como una ciudad industrial.

3.3.2 Tipo de comercio dominante

Con las condiciones naturales de Tui, su vía fluvial, la situación transfronteriza, cruce de caminos Norte-Sur y sede episcopal, pesca abundante y agricultura autosuficiente como ya mencionamos anteriormente, es lógico que el comercio fluyese con rapidez en toda Edad Media. Además la presencia de un mercado semanal desde el 1179 refleja la vida comercial que se desenvolvía en la ciudad.

El tipo de comercio predominante se realizaba a través del río Miño, entre las dos fronteras destacando como productos principales de intercambio, además de los citados en los apartados anteriores como los productos agrícolas y ganaderos, la sal y el vino.

El historiador Vila-Botanes (2001, pág. 182), recoge un documento de 1457 del que se habla de la intensa vida comercial de Tui, *“o corregidor Gonzalo Alfonso, fisera e que ningún navio portugués cargase no río Minho con destino a Flandes e Aragón mercaderías procedentes de toda a ribeira do Minho, e para efeito concentrados en Valença e Tui”*

A pesar del privilegio de Juan II de Castilla otorgando a los puertos de Coruña y Baiona ser los únicos en poseer los privilegios de intercambios comerciales internacionales, el puerto de Tui mantendrá un activo comercio entre fronteras y a lo largo del Miño.



Fig.28. Plaza conocida popularmente como plaza de la verdura en 1924. En dicha imagen aparecen las fruterías vendiendo sus productos debajo de unos soportales ya inexistentes actualmente.

a. La sal

La sal es uno de los productos que llega a Tui en grandes cantidades y que permaneció a través del tiempo por el Miño, cuya materia prima es indispensable para las salazones de pescado y la conservación de carnes en toda Galicia debido al factor climatológico.

La dificultad de producir salinas en Galicia es obvia por lo que se importaba la sal desde Aveiro, el lugar más próximo y de mayor calidad. Este hecho provocó que se crease una red Norte-Sur por vía marítima y terrestre que alzó las relaciones comerciales entre las diferentes localidades. A este hecho hay que destacar que Tui contaba con “alfolés reales”, siendo una de los pocos municipios gallegos que contaba con este privilegio, lo que ayudó aún más a enfatizar el comercio e introducir por el río Miño hasta el interior de las provincias gallegas las relaciones comerciales y obtener de esa manera el monopolio de la sal.

Encontramos la presencia del comercio de la sal desde el siglo XIII, los fueros de Tui del año 1250 ya reflejan esta situación según recoge Almeida Iglesias (1990, pág. 84) *“... que cualquier morador que sea de la ciudad de Buenaventura, que dicen agora de Tuy, que non de portazgo de sal a aquel puesto del qual portazgo solie haber meatat el Castillo de Anfeza, e la otra mitad el obispo, e los canónigos”*. Asimismo, varios autores reflejan que durante la Edad Media Baja Galicia se abastecía en grandes cantidades con sal portugués que llegaba a tener precios elevados, debido a las dificultades del transporte.

Durante los siglos XVI-XVII el consumo de alfolés de Tui debió ser grande y en algunas ocasiones la sal pudo ser un producto escaso como demuestran documentos de las autoridades municipales del momento, recordemos que en esta época coincide con un período de ganadería y pesca abundante y es precisa la sal como método de conservación.

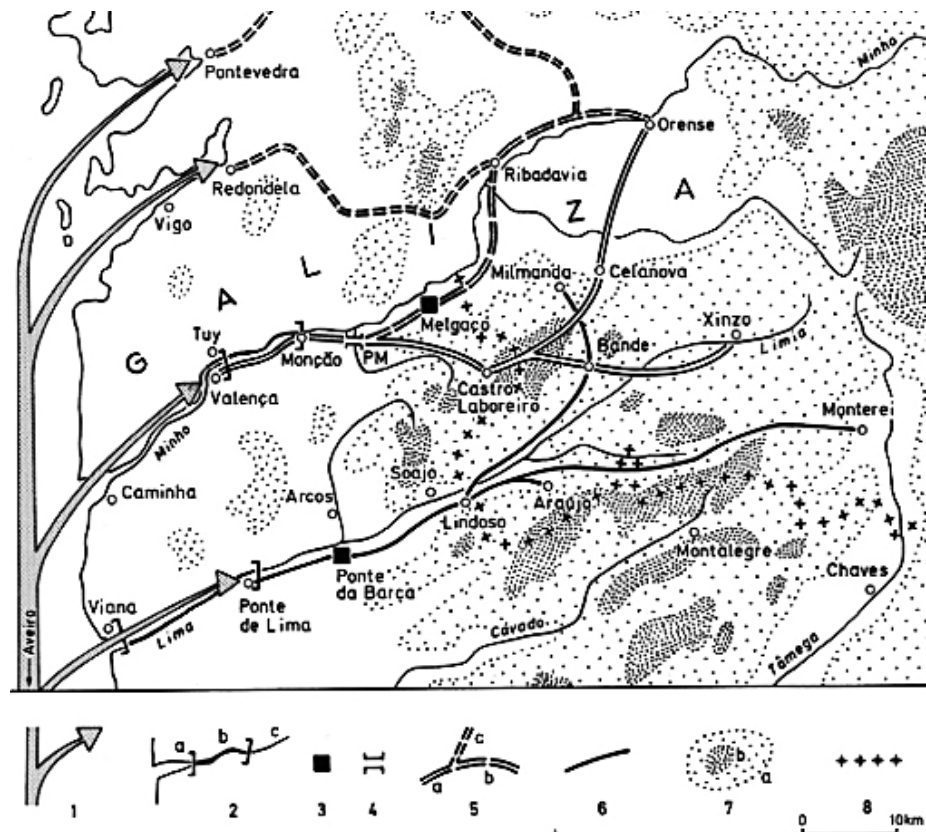
“A principios del siglo XVII se nota un gran movimiento de sal en el puerto de Tui, llegando a ser incluso un centro de contratación de este producto para otras plazas de Galicia, así vemos, en 1600, a Pedro Sanchez, Regidor de Tui, contratando en nombre de Diego Rubio, vecino de Pontevedra, con el maestre del navío llamado Corpo Santo Gaspar González, vecino de Vila do Conde en Portugal, para que fuese a la villa de Aveiro para cargar el referido navío con sal y lo descargase en la villa de Pontevedra, a razón de 144 fanegas medidas por la medida de Ávila y al precio de 350 reales de flete por cada milleiro”

(Iglesias Almeida & Mendez Cruz, 1990, pág. 86)

Dada la constante demanda de sal y al ser un producto monopolizado debió constituir un elemento presente en el contrabando transfronterizo como lo

demuestra la carta del Intendente General del Reino de Galicia (1745) instando a las autoridades a evitar el fraude y contrabando de este producto (Iglesias Almeida & Mendez Cruz, 1990). Sin embargo el fraude con este tipo de productos se hacía más complicado por la gran cantidad de producto y, muchas veces las transacciones se realizaban con el intercambio de productos como la madera y el pescado ambos abundantes en la frontera española.

El transporte de sal por el Miño aparece en publicaciones locales como la Integridad en 1890 con los siguientes titulares *“Esta mañana ha salido para La Guardia una barca con cargamento de sal”* (7 de agosto) o *“Al muelle de Santo Domingo atracaron estos días varios barcos cargados de sal con destino a distintos puntos de la región”* (14 de Octubre 1899). El tráfico de este alimento duró al menos hasta 1937 en que estaba activo el alfolí de Santo Domingo, cuyo edificio fue club náutico por los años 1960, que se conserva todavía. (Iglesias Almeida & Mendez Cruz, 1990)



Leyenda

1. Transporte marítimo de sal de Aveiro./2. Río, a- navegación marítima, b-navegación fluvial, c- no navegable./ 3. Portage /4. Puente de Mouro/ 5. Itinerarios terrestres: Galicia -Valença, a- por Castro Laboreiro b- por Melgaco, c-Galicia puertos galegos/6. Itinerario terrestre: Galicia- Ponte de Lima/ 7. Tierras altas, a- más de 600m. b-más de 1000m.

Fig. 29. Rutas comerciales entre Portugal y Galicia en el siglo XVI.

b) El vino

El vino constituyó uno de los productos más demandados por la población local y extranjera. Su producción se localizaba a lo largo de la ribera del río Miño y de sus afluentes del que tenemos noticias desde la Edad Media. Los vinos de mayor prestigio son los caldos del Ribero que durante esa época se exportaban a Inglaterra y otros países de Europa.

El vino aparece reflejado en diferentes documentos durante las diferentes épocas de la antigüedad y Edad Media. Desde los fueros de 1250 hasta los documentos reales en diferentes años como en 1408, 1425 o 1427 por ejemplo. A través de estos documentos sabemos la abundancia de la producción de las viñas durante los siglos XIV, XV y XVI e incluso en algunos indican la cantidad y la clase de uva “*viña albariña en santa baya de Tuy*” (Diego de Muros, 1541, citado por Iglesias Almeida, 1990, pág. 80).

Elisa Priegue (1988) se refiera a la ciudad de Tui como centro de otra comarca productora de excelentes vinos, producción abundante, excedentaria y parte de la cual se cargaba en navíos para el exterior. Sin embargo en el siglo XVII el vino representó la pérdida de los mercados para los vinos del Ribero y del Miño debido a las guerras contra Inglaterra y sus aliados portugueses favoreciendo de esta manera el comercio de los vinos de Oporto. Otra consecuencia de la decadencia de estos vinos fue la prohibición impuesta de los soberanos españoles a la comercialización con puertos extranjeros. De esta forma se pasó de ser potenciales exportadores a ser deficitarios importadores con la consecuente pérdida de competitividad en relación a los vinos portugueses y catalanes, ya que las grandes exportaciones de vino se antepusieron a la producción local.

Al igual que el transporte de la sal, el periódico La Integridad recoge noticias locales sobre la importación y exportación de los vinos como por ejemplo “*Estos días han subido por el Miño muchos barcos con dirección a Salvatierra, a donde han ido tomar carga de vino*” (10 de Abril 1889), “*Anteayer ha salido para La Guardia la barca de San Antonio con cargamento de vino*” (13 de Junio 1899), “*Ha llegado ayer un barco de pipas vacías que deben salir dentro de unos días llenas de vino para la Guardia*” (10 de Julio 1890), (Iglesias Almeida & Mendez Cruz, 1990).

Con el cierre del puerto de Sto. Domingo sobre la década de los años 30, la importancia del papel comercial de este producto disminuyó considerablemente. Actualmente, a pesar de Tui pertenecer a la comarca del Baixo Miño y ser caracterizada por la denominación de origen de los vinos Rias Baixas, Tui no demuestra un fuerte desenvolvimiento en este sector, como su vecina Salvatierra do Miño.

c) Otros productos comerciales

A parte de las mercancías mencionadas, la sal y el vino existen otros productos relevantes para el intercambio comercial como recogen diferentes fuentes históricas. Así podemos destacar uno de los productos con mayor auge, después de los ya citados, en las transacciones y de las que el municipio de Tui desde la Edad Media cuenta con numerosas referencias como es el caso de la madera.

La madera procedente de la multitud de montes y dehesas que dispone el ayuntamiento de Tui, se empleaba desde la Edad Media para la fabricación de navíos y barcas y para la construcción de pipas y bocoyes de vino. Además constituía un elemento importante como intercambio de productos entre las dos márgenes del Miño. Esta actividad la vemos reflejada en diferentes fueros de Tui como recoge Iglesias Almeida (1990, pág. 90): “*Que ninguno non sea osado de collere sus pastos e su leña para quemar, que para facer casas, o otros edificios, o navios, si no es en los lugares labrados y defendidos*”. También en numerosas alusiones a contratos de construcciones de barcas en las riberas del Miño y con las referencias del transporte de esta mercancía en troncos hacia el municipio de La Guardia con presencia de astilleros, confirman la madera como un producto de intercambio y de exportación.

El Diccionario de Madoz, se refiere a la actividad comercial de Tui como “*mercado centrado además de las actividades realizadas en el centro de la ciudad, productos de lienzo, frutas, ganado de cerda, la madera y la importación de géneros de vestir, aceite, azúcar, cacao y otros necesarios tanto del país como extranjeros*” (Madoz, 1846, pág. 193). Además aporta una tabla con referencia a otros productos como la que se muestra en la fig 30.

Nomenclatura	Unidad, peso o medida	Años	
		1844	1845
Algodón.....	Libras	>>	368
Cal.....	Arrobas	63	364
Clavos.....	Libras	49	>>
Cueros al pelo.....	Id.	6797	20384
Herramientas.....	Decenas	45	>>
Hierro.....	Libras	62	337
Hilo coser.....	Id.	40	7
Libros.....	Arrobas	2	>>
Loza.....	Piezas	30	>>
Lino.....	Id.	20	3
Maquinaria.....	Libras	>>	225
Piedras molino.....	Número	9	49
Planta flores.....	Arrobas	8	>>
Rejas arar.....	Número	100	>>
Sanguijuelas.....	Libras	74	178
Vidrio.....	Arrobas	2	>>
Total valor artículos	Rs Vn	17838	74.221
Derechos pagados	Rs Vn	4610	10343

Fig. 30 Productos entradas en la Aduana de Tui durante los años 1844-45.

Otro tipo de mercancías transportadas por el río Miño es la cal y la loza como aparecen registradas en el puerto de Tui en 1765 y años posteriores. Estos hechos se constatan con la existencia de una fábrica de cal en Valença, la cual recibía la piedra para su extracción y a la vez embarcaba el producto determinado.

Todo este tipo de comercio, con la aparición de los modernos medios de transporte, el ferrocarril, la revitalización de los antiguos caminos en nuevas carreteras y el automóvil, juntamente con la construcción de los embalses en las partes altas del río y con ello la pérdida de navegabilidad de navíos con gran calado, fueron las causas por las que contribuyeron a la paulatina desaparición de los puertos fluviales existentes en el río Miño.

Almeida Iglesias (2006), hace referencia a la existencia a día de hoy de personas con edad madura que recuerdan haber trabajado en el acarreo de la madera y de la sal que desembarcaba en el puerto de Santo Domingo en Tui.

La apertura del puente internacional, en 1886, trajo consigo la supresión de las barcas de pasaje a Portugal y prácticamente la de sus respectivos puertos. Con la llegada de este puente, Tui pierde parte de su actividad comercial, ya que la ligación entre estos dos municipios y sus inmediaciones se enriquecían del contrabando.



Fig. 31 **El muelle de Tui durante una avenida.** Fotografía que muestra la existencia de uno de los puertos existentes en Tui hasta aproximadamente los años 70. A través de ellos llegaban productos alimenticios y textiles al municipio de Tui y este exportaba vino y madera. Las embarcaciones que llegaban en aquella época eran de mucho más calado, al tratarse de embarcaciones de mayor tiempo en travesía. Al fondo de la fotografía podemos ver Valença y un modelo de embarcación muy común entre las dos orillas.

3.4 Aspectos tipo-morfológicos

Las condiciones estratégicas fueron fundamentales en la gestación de los núcleos urbanos y en Tui es bastante evidente. La ciudad tudense se asienta sobre un montículo granítico, descendiendo por una de sus laderas hacia el río Miño, amplio y más caudaloso que en la actualidad, al que va a desembocar el pequeño río Muiños, que facilitará una serie de servicios a la comunidad. Estos factores darán paso a la configuración de la estructura de la ciudad. A través de esa posición geográfica privilegiada dominará parte del curso bajo del río Miño, lo cual se materializó en la construcción de una primera muralla medieval y posteriormente se construyó la segunda para evitar las invasiones de nuestros vecinos portugueses.

De manera introductoria podemos establecer el desenvolvimiento urbano medieval de la ciudad tudense a partir del año 1170, en el cual tenemos muestras suficientes en sus trazados y sus edificaciones. Bajo el reinado de Fernando II, se emplaza la ciudad en el actual centro histórico, el mismo donde se encontraba la Iglesia de Santa María. El objetivo de este emplazamiento era conseguir una buena defensa aprovechando el cauce del río (Sánchez Carrera, 1997).

Otro de los objetivos de Fernando II, era la salubridad de la ciudad, la situación anterior de la ciudad no debía cumplir estos requisitos debido a sus dimensiones y al caos urbanístico existente, por lo que se amplió la ciudad de cara a zonas mayormente ventiladas. La falta de infraestructuras de limpieza no implicaría un mal saneamiento, puesto que la basura generada era fundamentalmente orgánica y la situación de la ciudad al situarse en un montículo con calles que bajan hacia el río con gran pendiente haría que las aguas residuales no se quedaran estancadas en las calles y fueran a desembocar al río.

Se puede decir que la mayoría de los núcleos urbanos no fueron creados por el hombre en el siglo XV, como se piensa de manera generalizada, sino que a esta época ya llega una ciudad estructurada en la que los habitantes deben ampliarla, mantenerla o rechazarla según las necesidades existentes. En el caso de Tui la ciudad creció durante los siglos XII y XIII gracias a las condiciones económicas y a los privilegios que los distintos reyes les fueron concediendo, como ya se mencionó en apartados anteriores. En este caso se observa como la población se adaptó a las circunstancias como percibiremos al analizar por separado los elementos tipo-morfológicos que afectaron al desenvolvimiento de Tui.

No obstante, a pesar de que la ciudad se formó durante los siglos XII y XIII y adquirió las características propias de una ciudad medieval, no significa que su estructura tipológica haya llegado a la actualidad intacta, sino que sufrió modificaciones durante los siglos posteriores. A pesar de ello y del retroceso que sufrió Tui durante los siglos posteriores, ayudó a que el centro histórico se cristalizase y podamos disfrutar hoy en día de sus características.

3.4.1. Estructura, sistemas y redes

El aspecto de la ciudad medieval tudense es muy característico, al igual que el de otras ciudades medievales, su situación defensiva bordeada por el río Miño a Sur y a este por el río Muiños como protección natural mientras que a Oeste y Norte la ciudad se encuentra protegida por la muralla y los fosos. Si a estos factores le añadimos el de sede episcopal, configurando la silueta del paisaje y marcando su territorio de influencia, obtenemos un carácter histórico del poder que representaba la ciudad que aun hoy en día se encuentra presente.

Existen numerosos estudios como los de Morris (1995) o Goitia (2003) que establecen una caracterización de los diferentes tipos de ciudades en cuanto a su forma y origen. El modelo de ciudad descrito por ellos coincide con la ciudad medieval tudense tratándose de una ciudad con una estructura *radio-concéntrica*, tratando de sus calles acomodarse a la topografía existente.

El desarrollo de dicha ciudad se debe al crecimiento de la población, a las funciones urbanas y al desarrollo de la ciudad con el exterior, marcado en gran medida por el conjunto catedralicio como configurador y síntesis de la ciudad medieval, su papel ha sido decisivo en el trazado de calles y parcelarios que siguen las líneas de cota y de longitud considerable, cortadas periódicamente por calles perpendiculares al río, de gran pendiente y desarrollo más bien corto (Seara & Baratta, 2004).

Los ejes estructuradores de la ciudad coinciden con las puertas de salida de la muralla partiendo de un núcleo principal como la catedral, símbolo de poder, hacía las salidas externas a la ciudad. Debido a las limitaciones de las puertas de la muralla, dichos ejes llegan a un punto de confluencia generando pequeños espacios amplios que contrastan con las estrechas calles.

Así pues podemos establecer que la estructura del actual centro histórico (ciudad medieval), está determinada por los siguientes elementos: *la muralla, las vías de comunicación y las plazas*.

La muralla datada el inicio de su construcción en el siglo XII, cuando el rey Fernando II les concede la autorización a los obispos para su edificación. No obstante es el siglo XV cuando realmente se hace presencia en los documentos de la necesidad de mantenerlas y protegerlas, no coincidiendo este deseo con el de los vecinos representados por el Concejo ni por los del Cabildo. Este hecho demuestra que la muralla no era sólo por cuestiones defensivas sino que separaba también un sistema productivo y reproductivo del patriciado, en este caso de los señores eclesiásticos (Sánchez Carrera, 1997). De esta manera la ciudad marca con claridad la configuración de la ciudad haciéndola surgir como baluarte defensivo, social, comercial y administrativo.

Su plano representa una forma trapezoidal, con un saliente en el sector sur-occidental para cubrir mejor esa parte de la ciudad que quedaba desprotegida. El resto sigue el desnivel del terreno, desenvolviéndose en el este cara al río y al sur hacia la cuenca del Tripes. Este hecho permitió defender la ciudad sin apenas torres y se da, además, la coincidencia que en esa parte de la ciudad sólo existe únicamente una puerta con salida al camino hacia Baiona.

La muralla realizada en piedra granítica, delimita una extensión de unos 96.500 m², en cuyo recinto interior se constata un núcleo interior en cuanto a importancia pero no en cuanto a situación puesto que la catedral, la plaza y los palacios episcopales se encuentran desplazados hacia el suroeste, lo que indica un burgo más antiguo y su posterior desenvolvimiento de la ciudad.

Las murallas tudenses tuvieron al menos cuatro puertas destacadas: la Bergán, que comunicaba la ciudad por el norte con el arrabal de San Xulián y también conocida como puerta de La Corredera, quizás por desembocar en ella; la del Arco con la misma orientación pero más al este, muy cerca del río Miño que llevaba al barrio S. Bartolomé y al monasterio de Sto. Domingo; la de Los Ferreiros, que hacía el suroeste comunicaba con el río Muiños y con el camino de la barca a Valença y por último la puerta de La Pía, uno de las más importantes con la que comunicaba con los arrabaldes de La corredera y de Riomuiños. Existen otras puertas secundarias para atajar el camino a los vecinos y servir como vías de escape en caso de necesidad como son el caso de la puerta de las Trabacas, el postigo de la Ribera o el de canto (Vila-Botanes, 2001). Algunas de estas puertas sirvieron de lazo de unión entre el centro histórico y el desenvolvimiento posterior de la ciudad, pues la muralla medieval aún existe en la mayor parte del recinto medieval, actuando de límite entre los dos núcleos, el urbano y el histórico.

Respecto a las calles, se configuran las vías longitudinales siguiendo las curvas de nivel, interrumpidas por las calles que bajan hacía el río, que cumplen indirectamente la función de arrastre y desagüe de las aguas. Las calles principales como se ve a día de hoy eran bastantes largas (360 y 290 m) y no muy estrechas (entre 3 y 5 m.) en relación a la altura de las viviendas.

Como se puede comprobar en el plano las dos arterias principales dividen horizontalmente la ciudad de una forma asimétrica de norte a sur para acabar uniéndose en el lado sur antes de confluir en la puerta de la ciudad. Estas calles principales son la Bergan, actualmente Corpo Santo y la Cascais/ Praceres y Ferretería/ Peletería/Carpintería actualmente Cuenca. Esta última calle como muestra sus diversos nombres debió ser una calle muy dinámica que contrasta fuertemente con la actualidad como veremos en los siguientes capítulos, ya que actualmente carece de cualquier actividad comercial o social que pudiese aportar movimiento a la ciudad.



Fig. 32. **Plano de la estructura viaria del siglo XIV.** Las vías principales de la ciudad se amoldan a la topografía del lugar afinándose hasta converger en una única vía a la salida de las puertas de la ciudad.

En cuanto a las calles transversales destaca la calle Canicouva, su nombre hace referencia a lo soleada que es, que bajaba de este a oeste dividiendo la ciudad en dos partes empezando y terminando en cada una de las puertas de la ciudad. Otras calles transversales de importancia era la calle San Juan en la que se establecieron los alfolíes de sal, la calle del Oro o la calle de los Miñotos.

A través de la distribución de las calles se observa una notable disimetría entre el Norte y el Sur de la ciudad: mientras que en el sur la ocupación es casi realizada en su totalidad por la catedral, palacio del Obispo, hospital y la calle de las tiendas y bodegas, mientras que en la otra parte de la ciudad se desplaza para ocupar la parte Norte de la ciudad de una manera más desordenada (Sánchez Carrera, 1997).

La estructura medieval de calles estrechas, con sus respectivas viviendas con huerta se ha mantenido en el centro histórico hasta la actualidad, aunque con pequeñas modificaciones como el ensanchamiento de alguna calle o su pavimentación. La verdadera transformación de la ciudad se da a partir del derribo de las murallas en 1844 provocando que la ciudad creciese a extramuros y los barrios existentes fuera del entramado urbano como el de Sto. Domingo lleguen ahora a formar parte de un nuevo barrio de Tui.

Con el derribo de las murallas surgen nuevas áreas urbanas mucho más amplias, en busca de nuevas zonas de esparcimiento y crecimiento. Los polos que atraían este crecimiento a extramuros, como Freanxo y Sto. Domingo se ven completados con el nuevo trazado de la vía que comunica con el puente internacional y a su vez se convertirán en otro polo para el crecimiento de la ciudad. Lo mismo ocurre a lo largo de la carretera que comunica Tui con Poriño y Vigo.

Se atestigua que el contraste de la estructura de Tui se caracteriza por tener su núcleo medieval con calles estrechas y muy compactas con la nueva zona de Tui, marcada por un trazado de calles anchas y manzanas de mayor dimensión donde predomina el uso del automóvil. El elemento de unión entre estos dos núcleos es la calle de La Corredera, desenvuelta en el siglo XVIII y caracterizada por ser una calle donde predominan las casas modernas, un espacio urbano con carácter propio marcado por el predominio de la clase social alta.

Actualmente se puede afirmar que este espacio se convierte además de un nexo entre lo nuevo y lo viejo, un espacio de relación comercial en la que se establece el mercado semanal y se prolonga hacia las últimas calles creadas en Tui a partir de la década de los ochenta. Asimismo La Corredera forma parte activa del ocio de los habitantes, pues es la calle que más actividades al aire libre acoge, desde simplemente la zona de paseo que utilizan los tudenses a la realización de actividades programadas en épocas puntuales.



Fig. 33. **Plano actual de Tui.** Las nuevas vías de comunican con Portugal y las ciudades españolas más próximas: Vigo y O Porriño. A través de estas nuevas vías de comunicación el centro histórico permanece aislado de estas dinámicas generadas por el uso del transporte. La corredera actua de límite entre lo existente y la nueva ciudad.

Por último y no menos importante como elementos de eje estructurador nos encontramos las plazas. La plaza es un elemento importante en la vida cotidiana de la ciudad y la de su gobierno, no obstante en la morfología de Tui las plazas que nos encontramos son pequeñas, disponiendo de poco espacio debido a la limitación orográfica.

La plaza más importante de la ciudad medieval tudense es la plaza de Sta. María, la plaza mayor, situada delante de la catedral y bordeada por los edificios de mayor prestigio en la época. En ella hay que destacar la presencia de un pozo de agua, pieza imprescindible para el abastecimiento de agua de los habitantes. Además en esta plaza se instalaba el mercado diario y quizás la existencia de soportales para vender las mercancías como existieron en otras calles que aún se conservan. Mencionar también que la plaza actual de Sta. María no se corresponde en tamaño con la del siglo XV, pues esta era mucho mayor (Vila-Botanes, 2001).

Otra plaza que destacan algunos autores como Ávila y la Cueva (1995), es la plaza del Carballo (actualmente Generalísimo), situada delante del ayuntamiento y que se utilizaba para las actividades concejiles. Ambas plazas desde el punto de vista morfológico no configuran espacios regulares, sino más bien es un largo ensanche.

Sánchez Carrera (1997), menciona también la plaza del Arco, de la que dice que fue plaza del pan (actualmente Armada), es decir de mercado pero que no puede asegurar firmemente su existencia en el siglo XV. En todo caso el desarrollo de las plazas y de las vías de comunicación dibuja un plano asimétrico y arbitrario, resultado de un desarrollo lento, adaptado a la topografía del lugar y a las necesidades de sus habitantes.



Fig 34. **Plaza de Sta María.** Antiguamente era la plaza más importante del núcleo medieval al ser la de mayor dimensión, actualmente se utiliza para actos religiosos y pequeños eventos.

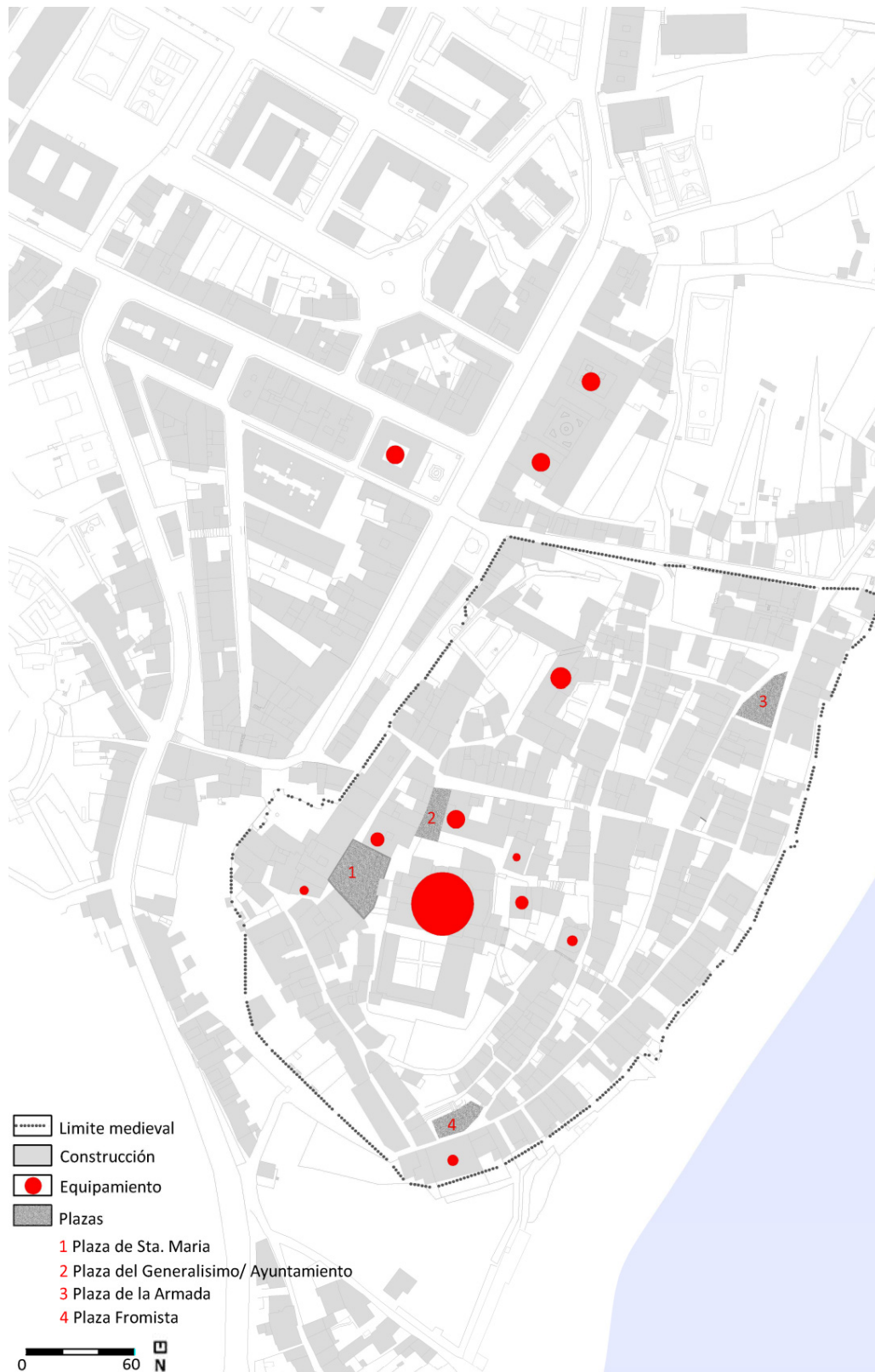


Fig.35 Plano actual de Tui de las plazas existentes en el centro histórico con sus respectivos equipamientos. Las plazas aparecen siempre ligadas a algún equipamiento importante. Actualmente estas plazas se encuentran en desuso, ocupadas por automóviles ante la evidente falta de aparcamiento, exceptuando la plaza de la catedral que conserva alguna de sus funciones.

3.4.2 Características tipológicas y edificatorias

El espacio intramuros de la ciudad tudense muestra una parcelación bastante homogénea. El conjunto se caracteriza por formar un tejido uniforme, sin la existencia de elementos disonantes, aunque cada arquitectura mantiene sus propias particularidades que la caracterizan. Existen elementos como las casa nobiliarias, equipamientos religiosos y sanitarios que alteran la trama urbana y marcan una mayor relevancia respecto a otros espacios. Los demás espacios urbanos y su parcelario surgen de manera secundaria y residual en la ciudad medieval.

El principal condicionante de la parcelación es la muralla. Desde su construcción en el siglo XII, constituye un elemento que modificará y estructurará la ciudad, condicionando la disposición de las calles como la de sus viviendas en el parcelario. Estas se situarían con un frente principal de dimensiones mínimas que daría lugar a la vía pública mientras que el resto de la parcela se alarga al interior de la manzana dando lugar a pequeñas edificaciones de apoyo.

La tipología con mayor presencia en el centro histórico es la casa común, aunque no podamos establecer la tipología exactamente debido a las transformaciones que fueron sufriendo al unir varias viviendas para alcanzar un mayor espacio, aun así se conservan restos en el conjunto histórico. La casa común solía estar compuesta por dos pisos y era conocida por “casas sobradas”, la cual permitía tener en su piso inferior un establecimiento o una bodega y la vivienda en el piso superior. Otro tipo de casa común y mucho más simple era la casa de un solo piso, que muchas veces se correspondían a varios propietarios lo que indicaría un bajo nivel económico (Vila-Botanes, 2001).

Algunas de las “casas sobrada” disponían de balcones a la calle como consta en el caso de la calle Adegas, aunque no parece que fuese lo habitual. El resto de las casas constaría de un vano correspondiente a la puerta de acceso y otro relativamente amplio y al mismo nivel para servir de comunicación con una tienda o un artesano. En el piso superior, en caso de existir, habría dos vanos cerrados con contrapuertas de madera y con algún material que protegiese del frío (Sánchez Carrera, 2004).

La colocación de las viviendas respecto a las otras se hacía de manera a que sus paredes estuviesen juntas, aunque no siempre con pared medianera, sino dejando un pequeño hueco para evitar el fuego. Su tamaño medio rondaba entre los 30 y 40 m², que van desde una profundidad de 8 metros a un frontal de 4 m². Estos hechos nos demuestran que debía existir una mínima planificación para que todas las viviendas se situasen en una misma línea y con alturas y sistemas constructivos semejantes.



Fig. 36. **Postal de la Calle Ordoñez sobre 1910.** En ella se puede observar la tipología de vivienda unifamiliar descrita anteriormente: viviendas de dos plantas en la que su parte baja era ocupada por un establecimiento. Además podemos observar al fondo la plaza de la verdura.



Fig. 37. **La Calle Ordoñez actualmente.** A través de esta imagen son visibles las transformaciones sufridas en la tipología habitacional y en la desaparición de la plaza de la verdura que aportaba dinamismo a la calle. Varias viviendas existentes fueron transformadas en una única vivienda perdiendo así la tipología predominante en el centro histórico.

Respecto a los materiales podemos citar la piedra para la estructura, mientras en otras ciudades de esa época la madera era lo más habitual, demostrando una vez más el poder que representaba la ciudad por aquel entonces. La imposición de la teja como material de cubrición para protegerse de los incendios, la madera y el hierro.

La diferencia entre las tipologías de casa común con respecto a las casas de señorío las encontramos en la ornamentación, ya que podemos encontrar desde modestas decoraciones a estructuras en arcos ojivales y pasadizos que amplían la casa al otro lado. Un símbolo de poder en una ciudad medieval son las torres, habituales en la documentación tudense y que se pueden observar en las transformaciones de las casas señoriales. Otro rasgo destacable de este tipo de casas eran las caballerizas aunque su aparecimiento es tardío lo que hace pensar en el aprovechamiento de los anexos de las viviendas. Un último rasgo de este tipo de casas es el escudo familiar situado en el frente de la vivienda.

Como ejemplo de edificaciones singulares y de mayor dimensión y prestigio podemos destacar el pazo episcopal, el pazo de claustro, el pazo de Don Diego de Muros, el pazo de los Sotomayor, la Torre del Concello, la Torre Vieja y los dos hospitales existentes en la ciudad.



Fig. 38. **Postal de la plaza consistorial en 1930.** En ella se observa la presencia de edificios notorios como es el ayuntamiento, al fondo la catedral y a la derecha observamos una casa señorial con presencia de balcones en la parte superior y en la planta baja la presencia de columnas formando un soportal. Contrasta con la vivienda de enfrente y pegada a la casa consistorial, mucho más común y de menor prestigio.



Fig. 39 **Mapa actual de los equipamientos del centro histórico y sus proximidades.** En él se observa que los equipamientos religiosos ocupan la mayor parte de la trama urbana. La mayoría de estos equipamientos cuenta con una plaza, largo o espacio que les da apoyo.

3.4.3 Equipamientos

Los equipamientos tudenses son elementos que sobresalen de la trama urbana tanto por su arquitectura como por su ubicación. El principal grupo de estos equipamientos los encabezan los de tipo religioso, caracterizados por albergar un espacio público a su alrededor. En el núcleo medieval el equipamiento principal de este tipo es la catedral. Esta marca el bordo de toda la ciudad debido a su situación geográfica (colocada en el punto más alto del castro Tude) y a su elevada altura y dimensión. Caracterizada por un estilo románico y en su fachada principal dominada por el estilo gótico (primer edificio ibérico realizado con este estilo), contando además con un claustro del mismo estilo.

Existen otros equipamientos religiosos como son la capilla de la Misericordia situada justo detrás de la catedral de Sta. María, la iglesia de San Telmo, la desaparecida iglesia de las Oliveiras la cual sólo queda el nombre de la calle, la iglesia de las Clarisas anexada al propio convento y de grandes dimensiones sobre la malla urbana. También se cuenta con equipamientos religiosos fuera de la muralla medieval, pero dentro de lo que hoy en día se considera centro histórico como es el caso del convento de Santo Domingo y su iglesia y el conjunto formado por el convento de S. Francisco y su iglesia situados en la calle La Corredera, calle principal actualmente en el entramado urbano tudense. Todos estos edificios se caracterizan por sus dimensiones respecto a la ciudad, su arquitectura sobria y poco ornamentadas a excepción de la catedral de Tui.

Los otros edificios públicos que posee Tui es el Casa del Concello, situada al lado de la iglesia y totalmente reformado en el siglo XX, el hospital de pobres y peregrinos del siglo XVII y actualmente museo diocesano. En la actualidad se encuentra también la comisaría de policía, al lado del ayuntamiento y el teatro municipal en ruinas fechado del S XX sobre una casa solariega, y a la espera de un nuevo proyecto para su recuperación.



Fig. 40. **Museo diocesano de Tui.** Antiguamente era el hospital de peregrinos que da lugar a la plaza mayor.



Fig. 41. Iglesia S. Francisco y su respectivo convento en la Corredera



Fig. 42. Palacio de la Justicia situado también en la corredera. Destacan por su monumentalidad

IV. EVOLUCIÓN DEL COMERCIO A PARTIR DE 1985

El comercio en Tui, desde el inicio de la ciudad, se caracterizó por ser un comercio transfronterizo, unido a las necesidades más básicas de supervivencia como queda reflejado en el capítulo tres de la disertación. Su situación geográfica y de frontera permitió conservar mejor los trazos culturales y patrimoniales, lo que es interesante a la hora de estudiar y poder explotar la ciudad. A nivel económico la frontera repercute en la especialización del comercio: las diferencias de precio y las diferentes estructuras productivas a uno y a otro lado estimulan el desenvolvimiento económico.

La creación de la Unión Europea y con ella la eliminación administrativa de las fronteras crea un mundo mucho más globalizado, desapareciendo los trazos culturales y patrimoniales. Todo ello afecta al comercio minorista y en este caso concreto también al de Tui.

“Non está de máis lembrar que Tui e Valença funcionaban como duas entidades xemelgas nas que o comercio era a actividade principal. Eliminada a fronteira, Valença do Miño soubo conservar unha forte especialización vinculada ao têxtil, mantendo un dinamismo e un crecemento , moi destacado. Porén no lado galego a grande beneficiada foi Vigo impulsada pola diversificación das súas funcións”
(Santos Solla X. , 2006, pág. 10)

Es por ello que este capítulo estudiará la evolución de comercio a partir de la entrada de España en la Unión europea, a través del levantamiento realizado en el centro urbano de los establecimientos comerciales actuales y, de los recibos de epígrafes de las licencias comerciales aportadas por la Cámara de Comercio de Tui, ya que una parte fundamental del urbanismo comercial es el conocimiento de los establecimientos comerciales y sus características, el análisis del espacio público que lo envuelve y el análisis de la demanda y de los servicios.



Fig. 43. **Esquema de los fundamentos del urbanismo comercial.** A través de este gráfico se muestran los pilares fundamentales para un buen desarrollo del urbanismo comercial. Durante este capítulo se desenvolverá el primer punto de partida.

4.1. Análisis topo-morfológico

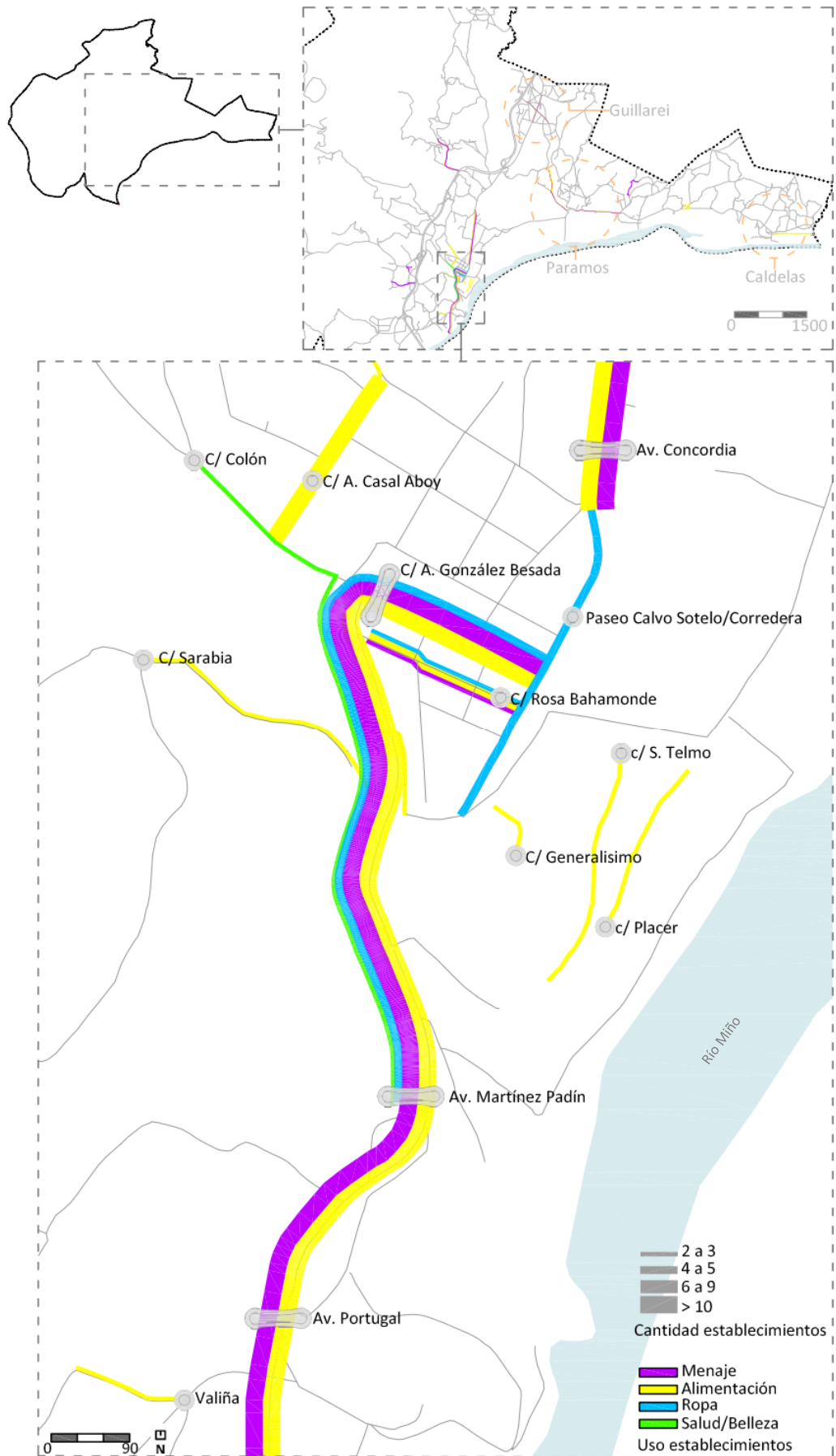
Una parte importante de este capítulo es entender la ubicación del comercio en estas últimas décadas, observar cuáles fueron y son las zonas con un mayor número de establecimientos y a que se puede deber estos cambios.

Para ello, a través del censo de los epígrafes comerciales ofrecidos y consultados en la Cámara de Comercio se obtiene el número de establecimientos entre los años 1985 y 2010. Además de obtener los datos se obtiene el tipo de licencia de uso y en algunos casos la ubicación exacta. Sin embargo en la mayoría de casos aparece simplemente el nombre de la calle o del barrio en la que se sitúa el establecimiento, por lo que se opta para representar la información por un mapa tipo metro de las grandes ciudades. En él se agrupan los establecimientos según el uso por calles y con variantes en la espesura de las líneas, representado desde 2 establecimientos (las líneas más finas), hasta la de mayor espesor que representa más de 10 establecimientos. De este modo quedan excluidos los locales en los que aparece una única vez su uso en una calle aunque sí estarán reflejados más adelante en un gráfico sobre los usos y su evolución. De esta manera con este tipo de representación se obtiene de manera clara, rápida y sencilla la ubicación de los establecimientos comerciales y la tipología de ellos.

La forma de representar este tipo de información en las siguientes figuras viene dada a través de la representación de un mapa de Tui del que se establecen diferentes zooms de las zonas en las que aparece representada el comercio. Por último obtenemos un zoom mayor; la zona delimitada de nuestro estudio en la que se repara con más atención. Esta zona coincide con el área donde se encuentra el mayor número de establecimientos.

En la figura 44 tenemos representado la distribución del comercio en 1985. En ella se aprecia la existencia de diferentes núcleos poblacionales como el de Guillarei, Caldelas y Paramos respecto a otros, que cuentan con pequeños establecimientos del comercio del tipo alimentación o menaje para el uso diario de los habitantes de la zona. Estos núcleos son reducidos y alejados del centro urbano por lo que es comprensible la cantidad y el tipo de establecimiento.

Sin embargo cuando nos acercamos a la zona delimitada para el estudio se comprueba que la avenida de Portugal y la Avenida Martínez Garrido tienen un número destacado de establecimientos. Este hecho es debido a la posición estratégica de Tui al ser frontera con Portugal y al contrabando de alimentos que existía entre estas dos localidades y al aumento de la población por el regreso de los emigrantes a su ciudad. Asimismo estas dos avenidas conectaban directamente con el centro urbano de Tui, el cual estaba en proceso de desenvolvimiento. Existía también algún pequeño establecimiento de uso diario en las calles del centro histórico como por ejemplo en S. Telmo, Generalísimo y la calle Placer.



En la figura 45 que representa el plano de Tui en 1990 se observa otra vez la importancia de los núcleos de Paramos, Guillarei y Salceda como comercio del tipo diario, pequeños establecimientos de pan o tiendas-tabernas que facilitan la vida a los habitantes del lugar. Cabe mencionar que Guillarei posee un polígono industrial situado en el barrio de la Gándara, es por ello que este tipo de actividades permanece constante a lo largo de los años, además de poseer servicios necesarios al polígono como es la restauración.

A partir del 1990 se visualiza un cambio significativo con respecto a la avenida de Portugal. Esta avenida caracterizada años atrás por ser la única vía de acceso a la ciudad de Tui pierde intensidad a nivel comercial; la frontera con Portugal se diluye al entrar España y Portugal en 1986 en la Comunidad Europea por lo que muchas tiendas dedicadas a la alimentación en la avenida de Portugal y, en concreto a la venta de bacalao como se recoge en los epígrafes, desaparecen.

Sin embargo la avenida Martínez Garrido mantiene el pulso respecto a los establecimientos dedicados al menaje (ferreterías, productos para el campo, bazares, porcelanas y juguetes finos), no así al uso de la alimentación y la belleza/salud (droguerías, perfumerías, farmacias..), que decae también, manteniéndose el mismo número de establecimientos en cuanto a ropa.

Otra calle que pierde intensidad es la calle Augusto González Besada que únicamente mantiene su número de establecimientos respecto al menaje, al igual que la calle Rosa Bahamonde que pierde establecimientos de menaje y los adquiere la calle Foxo.

Al fijarse en el Paseo de la Corredera se observa que adquiere una mayor importancia respecto al comercio. Esta avenida como recoge Vila Botanes (1999), se consolidó durante el siglo XIX y formó lo que hoy en día podemos denominar como el centro urbano aunque la ciudad se expandiese para la zona de las Lagoas y de la calle Colón. En 1990 podemos observar como dicha calle contiene un número elevado de locales comerciales así como también su variedad respecto al uso. Sin embargo existe un predominio del uso textil sobre los restantes usos.

La avenida Concordia, al igual que en 1985, se muestra con un número elevado de establecimientos de uso alimentar y de menaje. Este número elevado se debe a dos razones; la primera, tratarse de la principal vía de comunicación que une Tui con Porriño en aquel momento, mientras que por otra parte se trata de una avenida con una dimensión considerable por lo que es normal que a lo largo de la avenida se distribuyan un número elevado de establecimientos.

Durante este período cabe mencionar también la calle Ordoñez que une con Bispo Lago(tan importante en la época Medieval), el uso de pequeños establecimientos de uso alimentar y también de uso textil que se prolonga a lo largo de la calle Coruña.

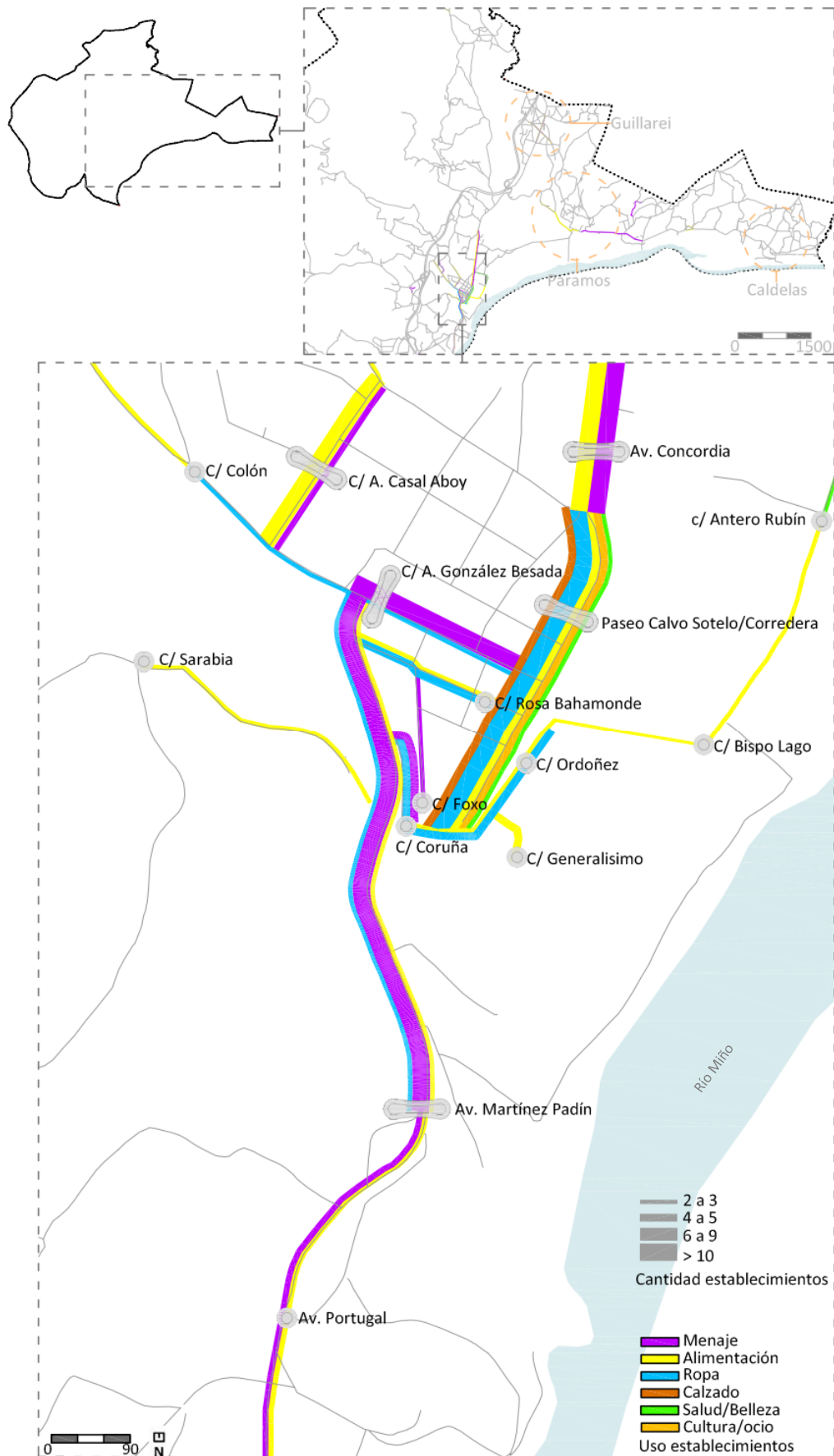


Fig.45 . Distribución del comercio en el municipio en 1990.

Entre los años 1984- 1991 según el Plan General de Carreteras se construye la autovía A-55 que une Portugal-Tui-Vigo-Pontevedra, denominada Autovía del Atlántico. Esta intervención tuvo una influencia directa en el municipio de Tui, tanto positivamente como negativamente.

Relativamente a lo positivo la creación de la autovía trajo a Tui una importante mejora en las comunicaciones con otros municipios lo que se vio favorecido a nivel transportes e industrias al tener una comunicación mucho más directa y rápida con una gran ciudad como es Vigo. Sin embargo Tui no se caracteriza por ser una ciudad industrial, sino que el sector predominante en la ciudad son los servicios.

Respecto a lo negativo, la comunicación directa entre las grandes ciudades y el poco tiempo necesario para recorrerla hace que la mayoría de las personas se desplace a la gran ciudad para obtener determinados servicios. Otro hecho significativo es la pérdida de usuarios de la carretera principal, la PO-342, carretera que pasaba y pasa por el centro urbano de Tui, lo que implicaba que de manera directa o indirecta, los usuarios para dirigirse a las localidades próximas tenían que pasar por el centro, lo cual aportaba mayor dinamismo a la ciudad.

El comercio en Tui en 1995 representado en la figura 46, aparece con respecto a los años anteriores disminuido de manera drástica. Sigue manteniéndose los núcleos de Guillarei y Caldelas como comercio de sustento diario.

Sin embargo el centro urbano ve disminuido el comercio. Este hecho puede deberse a la creación de la autovía y desviación de los usuarios hacia la A-55, no pasando por el centro del municipio. Otro motivo de la disminución de los establecimientos es la crisis que afectó a España entre los años 1993-1997, provocada una alta tasa de desempleo debido a la subida de los carburantes. En el municipio de Tui en aquel momento existía una tasa del paro del 18,7% según los datos ofrecidos por el IGE.

De esta forma se observa en la figura 46 que el comercio predominante por aquel entonces es el menaje. Este tipo de uso se muestra presente en la avenida de Portugal, las calles Augusto González Besada y Alcalde Casal Aboy y con una mayor presencia en la Avenida de la Concordia.

En el centro histórico no existe ningún tipo de establecimiento, aunque sí en la calle Antero Rubín que es una prolongación de la calle Cuenca que atraviesa el centro histórico, además de pasar el camino de Santiago por ella.

En la calle Corredera por primera vez aparecen equipamientos referentes a la cultura y al ocio como por ejemplo son las librerías. En esta calle se sigue manteniendo el uso del comercio textil, apareciendo también en otras calles como la Betanzos o la Casal Aboy, zona de expansión del centro urbano de Tui.



Fig. 46. Distribución del comercio en el municipio en 1995.

En el mapa del 2000 (figura 47), vemos reflejada una realidad muy diferente a la representada en el 1995 y también respecto a los otros mapas. En este año la cifra del paro disminuyó considerablemente respecto a la situación anterior. Durante el año 2001 la cifra existente de paro representa en la ciudad el 10.1% según el IGE. Estos datos influyen en la economía de cada hogar y esta al verse mejorada crea una mayor demanda de productos, provocando una mejoría en la estructura comercial de Tui.

A nivel municipal se siguen manteniendo los pequeños establecimientos dedicados al consumo diario en los núcleos más poblados y dispersos del municipio como el caso de Guillarei en la que la actividad industrial va en aumento debido a las mejoras de comunicaciones de Tui.

En cuanto al centro urbano se observa una cierta recuperación en la avenida de Portugal respecto a los establecimientos de menaje, aunque no obstante los establecimientos de alimentación son muy pocos si se comparan con los de 1985, cayendo en un 50% en el número de establecimientos. Siguiendo con la carretera PO- 342 que la forman en el centro la avenida Martínez Padín y la calle Augusto González pierden importancia respecto al comercio.

La Corredera se caracteriza por ser en esta época la calle con más variedad de establecimientos posibles: menaje, cultura, textil y calzado. Mientras, el sector de la alimentación sigue sin estar representado en esta calle aunque lo está en calles próximas como Rosa Bahamonde o la avenida de la Concordia.

Lo más llamativo de la figura 47, no es el aumento de establecimientos respecto al mapa anterior si no la ubicación de los establecimientos. Existe como cierto movimiento migratorio de los comercios hacia la nueva zona de expansión. La calle Colón muestra mayor variedad y más números de establecimientos.

Por primera vez, dentro de esa nueva “zona de expansión” también aparecen establecimientos en la calle Maristas, la calle Compostela y la calle Betanzos. Este nuevo conjunto de calles ofrece una oferta variada en cuanto a los establecimientos comerciales si se observa en conjunto. Estas nuevas calles se caracterizan por ser calles de mayor anchura, aparcamiento a uno o ambos lados de la calle o una zona de aparcamiento próxima y también cuenta con dimensiones de aceras anchas para el uso del peatón. Todo esto, conlleva a la aportación de un servicio al consumidor.

Por otra parte la avenida de la Concordia sigue aportando un número elevado de establecimientos y cada vez con mayor variedad: textil, menaje y alimentación, aunque este último con escasa presencia.

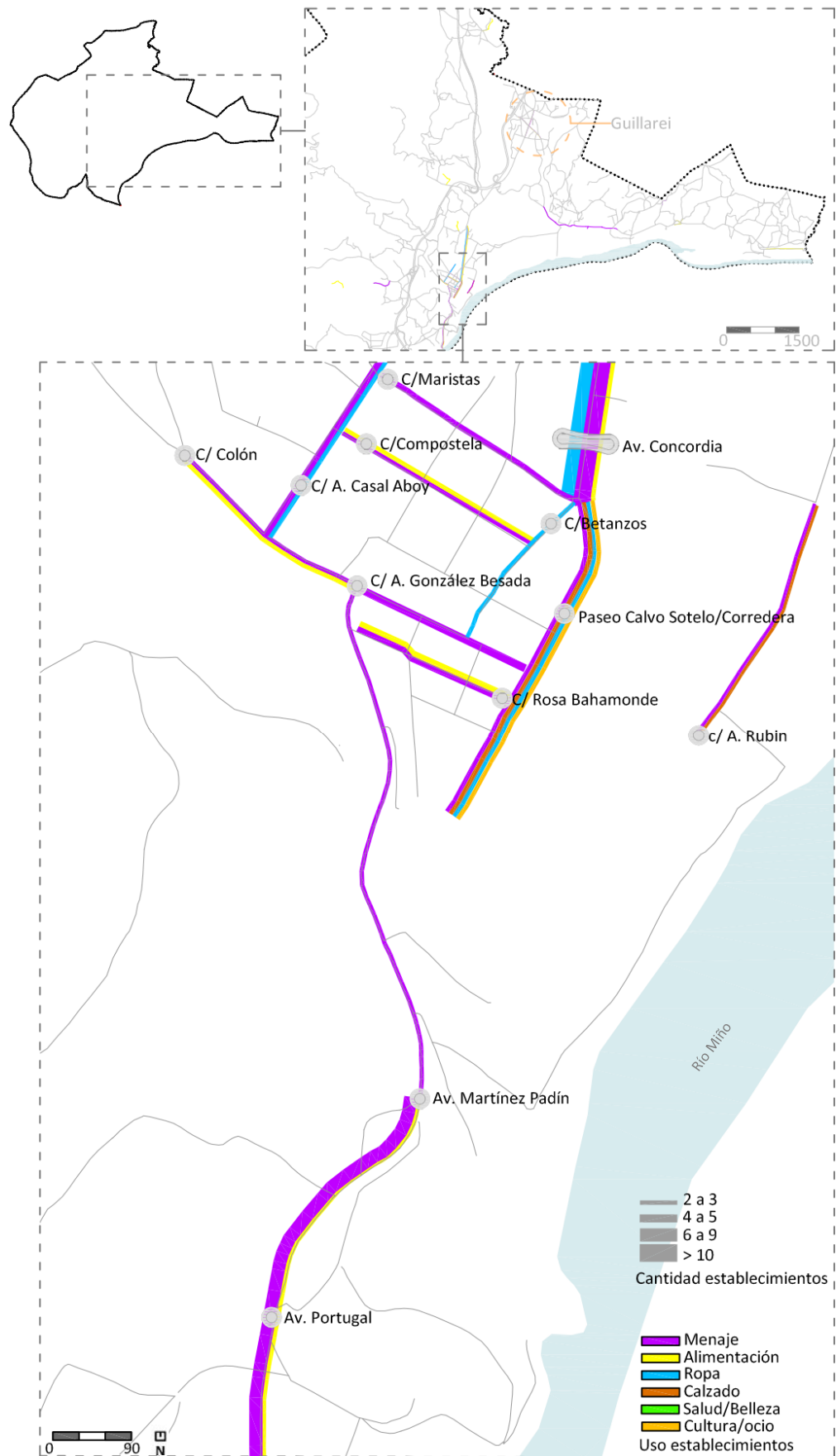


Fig. 47. Distribución del comercio en el municipio en 2000.

En el 2003 Tui sigue consolidando sus comunicaciones con las ciudades más destacadas con la apertura del tramo de la autopista AP-9 uniendo Coruña-Vigo-Tui con las ciudades portuguesas de Valença hasta Oporto, alcanzando de esta manera una mayor comunicación directa con ciudades importantes a nivel autonómico y extranjero.

Aparecen durante el primer lustro del 2000 en Areas, a la salida de la autovía una nueva zona comercial en la que grandes cadenas de hipermercados se instalan (figura 6). La ubicación de estos establecimientos está implementada de forma estratégica, ya que así toda la población no perteneciente al municipio tiene un acceso rápido. Estos establecimientos cuentan con la ventaja de ofrecer en un único establecimiento una mayor oferta de productos y de precios. Otra ventaja es la gran área destinada a aparcamiento que suelen tener este tipo de infraestructuras.

En el 2005 vemos representado en la figura 49 la configuración de los establecimientos comerciales existentes. En el mapa se observa la consolidación de la nueva zona de expansión. El número de establecimientos en la calle Casal Aboy es mayor, al igual que en la calle Compostela, Betanzos y Mondoñedo. En este tipo de establecimientos predominan el menaje y el textil, aunque existen otro tipo de usos como el alimentar.

La calle Rosa Bahamonte y la Calle Foxo también aparecen en esta época representadas con actividad comercial de diverso tipo. Sin embargo es en el Paseo de la Corredera la que representa la mayor diversidad de usos.

La avenida de Portugal junto con Martínez Padín vuelve a recuperar parte de la importancia del comercio de menaje. Aunque nunca volverá a tener el mismo número de establecimientos ni la importancia del sector de la alimentación.



Fig.48. **Imagen aérea de las Bornetas, Areas.** Esta imagen se corresponde al área señalada en la figura 49 correspondiente a Areas. En ella observamos la salida de la autovía A-55 y la proximidad con las zonas comerciales instaladas durante el 2000-2007. La zona 1 es creada en el primer lustro, mientras que la zona 2, mezcla del sector comercio y de industria, se crea posterior a estos años.

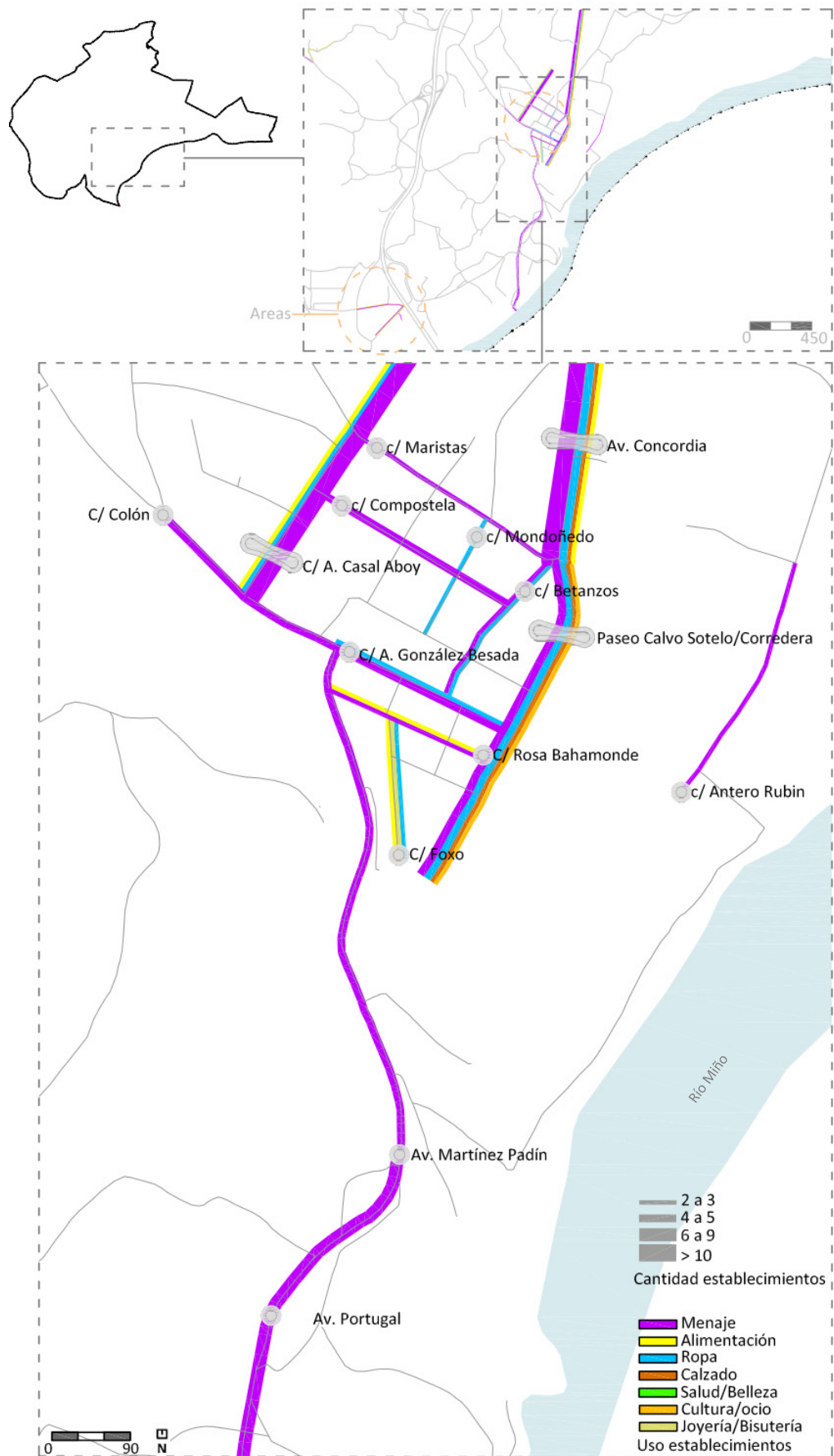


Fig. 49. Distribución del comercio en el municipio en 2005.

La creación del centro comercial Outlet en 2007, en la zona industrial de Bornetas (figura 48, zona 2) aporta a Tui una nueva zona comercial, creando de esta manera dos polos.

Por un lado se encuentra la zona de Bornetas, caracterizada por un conjunto de equipamientos comerciales destinados en gran parte a la alimentación como son los hipermercados. Este grupo lo forman grandes cadenas como Dia (cadena francesa), Hales (actualmente GADIS, cadena gallega) y Lidl (cadena alemana). El sector textil aparece representado en el centro comercial Outlet a través de establecimientos de grandes firmas comerciales con precios más asequibles al tratarse de un outlet. Además en él existen establecimientos dedicados al menaje y al calzado como se puede ver representado en la figura 8 en la ventana más pequeña.

El otro polo lo representa el centro urbano de Tui. En él se observa que la avenida de Portugal y la avenida Martínez Garrido perdieron mucho peso a nivel comercio. Pues aunque aparezca una línea que representa de 4 a 6 establecimientos son avenidas muy largas por lo que la densidad es mucho menor que en las calles centrales, lo mismo sucede en la avenida de la Concordia. Estas calles pasaron de ser imprescindibles como puntos de conexión de otras ciudades a ser utilizadas simplemente para acceder al centro urbano.

La calle Colón adquiere mayor importancia al tratarse de un acceso de la autovía dirección Vigo, aunque en la imagen se muestre solo el uso de establecimientos de menaje, pues existen más de dos, también existe un establecimiento alimentar, textil y otro relacionado con la salud y la belleza. No obstante la Calle Colón y Augusto González se caracterizan por contener casi todos los servicios bancarios.

Así pues, por un lado en el 2010 tenemos un polo comercial a las afueras de la ciudad de Tui, en el que cuenta con unos establecimientos dotados de mayores infraestructuras, adaptados a las necesidades de accesibilidad de todo tipo de personas (fácil localización, grandes áreas de aparcamiento privativo para los consumidores de los establecimientos y accesible para personas con alguna discapacidad).

Mientras, por otro lado tenemos un centro urbano que cada vez se consolida más en las zonas de expansión debido a las comodidades que ofertan los nuevos espacios comerciales: mayor accesibilidad, locales más grandes, avenidas anchas... etc. En este polo no sólo existe mayor variedad de productos sino que prácticamente todos los equipamientos públicos y servicios los podemos encontrar en esta área. Se puede afirmar que a partir de la calle Corredora hacia la nueva zona se desarrolla el comercio, mientras que el centro histórico la actividad comercial que se encuentra es prácticamente inexistente.

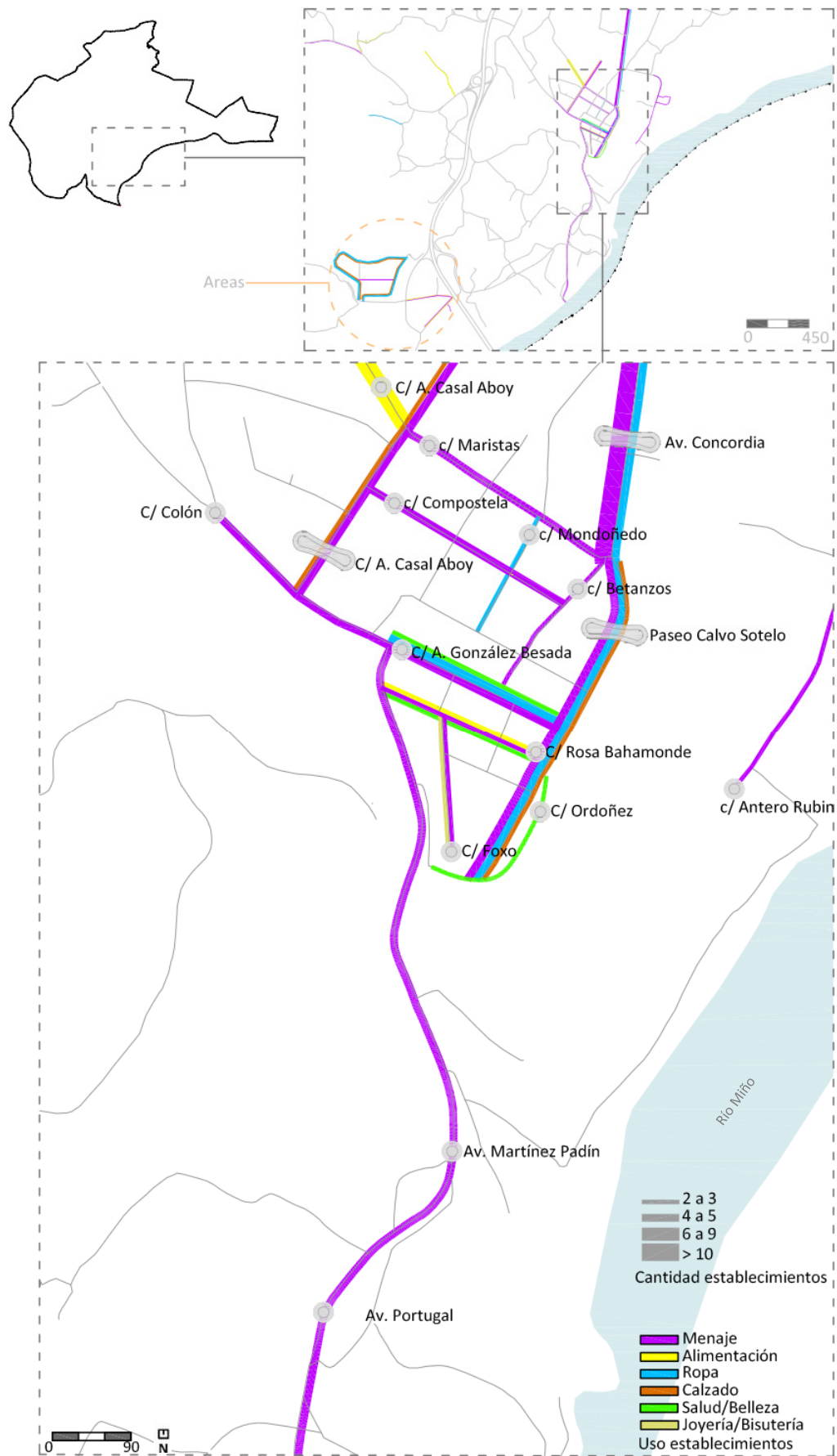


Fig.50. Distribución del comercio en el municipio en 2010.

4.2. Análisis Tipo-morfológico

4.2.1 Plantas

A través de realizar el levantamiento de los establecimientos comerciales en el centro histórico y en el núcleo urbano más próximo a ello¹¹, se establece una correlación entre las diferentes entidades a nivel de su planta. Respecto a su tamaño y distribución se puede catalogar en tres grupos: establecimientos inferiores a 50¹² metros cuadrados, establecimientos entre 50 y 100 metros cuadrados y establecimientos mayores a 100 metros cuadrados.

a) Establecimientos inferiores a 50 metros cuadrados

En el primer grupo, caracterizado por tener menos de 50 metros (44% del total de los establecimientos situados en el centro urbano de Tui), se encuentran situados principalmente en la calle Corredera, puesto que es una de las más antiguas y debido a sus características arquitectónicas los establecimientos se adaptan a los bajos existentes. Estos¹³ se componen mayoritariamente de una planta cuadrangular, una pequeña ventana que actúa como escaparate y aporta luminosidad al interior y la entrada suele estar situada a un extremo del local. Dentro de este grupo también se localizan pequeños establecimientos que no tienen escaparate, sino que es la propia puerta de entrada la que aporta claridad al interior y su fachada se compone únicamente de una abertura. Respecto a la composición del espacio interior, los establecimientos inferiores a 50 metros cuadrados se distribuyen la mayoría de la siguiente manera:

- Las estanterías bordean el perímetro de la planta del establecimiento y, a veces con algún estante o mesa en medio del local.
- El mostrador se sitúa en la entrada del establecimiento o al fondo y hacia un lateral siempre. Los locales que ubican el mostrador al fondo, son los que normalmente el consumidor pide al comerciante los productos que necesita y habitualmente no tienen una amplia exposición a los laterales del local sino detrás del mostrador, de manera que el cliente lo divise de forma clara y directa.
- El espacio de circulación del comprador es marcado claramente por la distribución de las estanterías de manera que se pueda observar todo el local rápidamente.

¹¹ Es necesario conocer la oferta y la demanda existente para poder definir indicadores para la mejora del centro histórico, objetivo final de esta disertación.

¹² Los metros cuadrados de los establecimientos son aproximados puesto que la realización de un levantamiento riguroso con medidas exactas fue imposible realizar debido a las molestias que causarían al cliente y la oposición de algunos propietarios.

¹³ Este primer grupo de establecimientos corresponden a las fichas de levantamiento número 1, 2, 3, 4, 10, 14, 15, 16, 17, 24, 27, 29, 31, 33, 36, 37, 38, 45, 47, 48, 53, 58, 60, 68, 69, 72, 74, 76, 77 y 78 mostradas en el anexo.



Fig. 51. **Localización de los establecimientos actuales según su uso.** Diseño de autora a partir del levantamiento realizado.

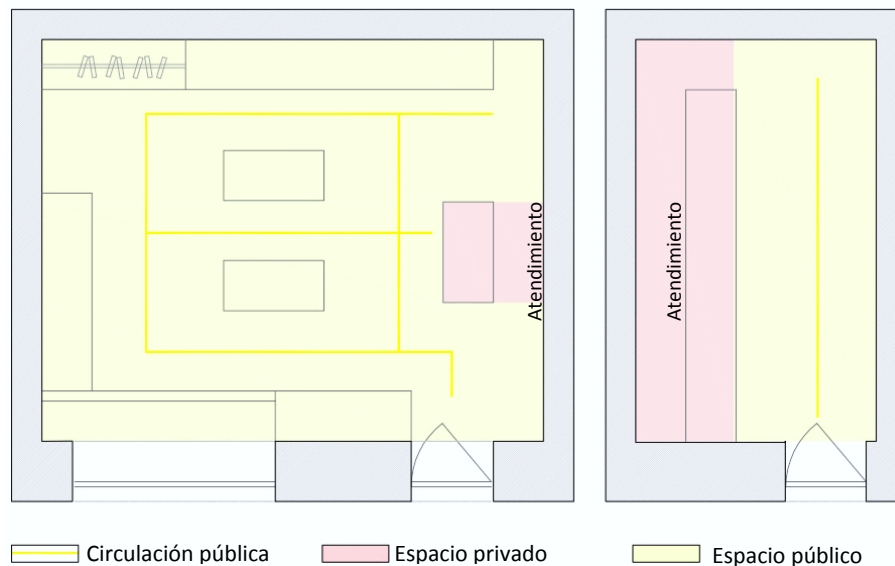


Fig. 52. **Plantas tipo de establecimiento inferior a 50 m2.** Estas dos tipologías son las más representativas del grupo. La mayor diferencia está en el tipo de atendimento que reciben los compradores, uno más directo y con interacción indispensable entre vendedor-comprador (tipología dos) y otra donde el comprador goza de mayor libertad y el espacio entre uno y otro está menos definido (véase las diferentes tipos de circulación). No representan ni los almacenes ni los servicios, solo el espacio público al que accede el cliente. Diseño de autora basada en el levantamiento de los establecimientos.

b) Establecimientos entre 50 y 100 metros cuadrados.

El segundo grupo lo forman establecimientos entre los 50 y 100 metros cuadrados lo componen un 35% del conjunto de los establecimientos. La mayor parte de ellos se sitúan en el límite del centro histórico entre el paseo de la Corredera y la Avenida Martínez Padín y en el barrio Rollo, zona de expansión del núcleo urbano de Tui que cuenta con los edificios más recientes y las calles más amplias de Tui con grandes aceras y zonas de aparcamiento. Estos locales¹⁴ se componen de planta rectangular con amplios vanos que actúan de escaparate a la vez que dejan pasar la luz interior y también de entrada al público. Tocante a la distribución del espacio interior estos se caracterizan por:

- Disposición de la mercancía en el perímetro del local (43%) o la combinación entre la distribución de la mercancía en el contorno con expositores en el interior formando filas (57%).
- La situación del mostrador varía dependiendo el establecimiento aunque predominan la colocación del mostrador en un lateral y próximo a la entrada de salida (78% de los establecimientos de este grupo), aunque existe algún establecimiento con la colocación al fondo o en medio (22%).
- Al igual que en el anterior grupo el espacio de circulación viene determinado por la distribución de las estanterías y de la distribución de los expositores interiores como se pueden ver en la figura siguiente.

c) Establecimientos superiores a los 100 metros cuadrados.

El último grupo clasificado por tamaño que corresponden al 25% del total de los establecimientos. Se localizan en el barrio Rollo y la calle Colón principalmente. Estos¹⁵ se caracterizan por tener plantas rectangulares en los que se diferencian los que tienen un único vano en la fachada que funciona como puerta de entrada principal (en este grupo se encuentran los supermercados) y los que cuentan con amplios vanos vidriados que dejan pasar la luz al interior y al mismo tiempo actúan como escaparate, como es el caso de las tiendas dedicadas a calzado y ropa.

Respecto a la distribución interior se establece que todos los locales de este grupo tienen expuesto sus productos en el perímetro del local y estableciendo filas a través de estanterías en su interior, con lo que conlleva al comprador a realizar un circuito en busca del producto necesario que posteriormente serán recibidos en un mostrador situados mayoritariamente en el lateral y en la entrada de los establecimientos, aunque existen otras colocaciones como por ejemplo al fondo del local.

¹⁴ . Estos establecimientos pertenecen en el anexo del levantamiento a los números 5, 8, 13, 21, 25, 26, 32, 34, 35, 39, 40, 41, 43, 44, 46, 49, 50, 54, 55, 56, 59, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 74, 75, 79, 80, 81,

¹⁵ Los establecimientos pertenecientes a este grupo son los correspondientes en el anexo de levantamiento a los números 9, 11, 18, 19, 22, 28, 30, 42, 51, 52, 57, 61, 70 y 73.

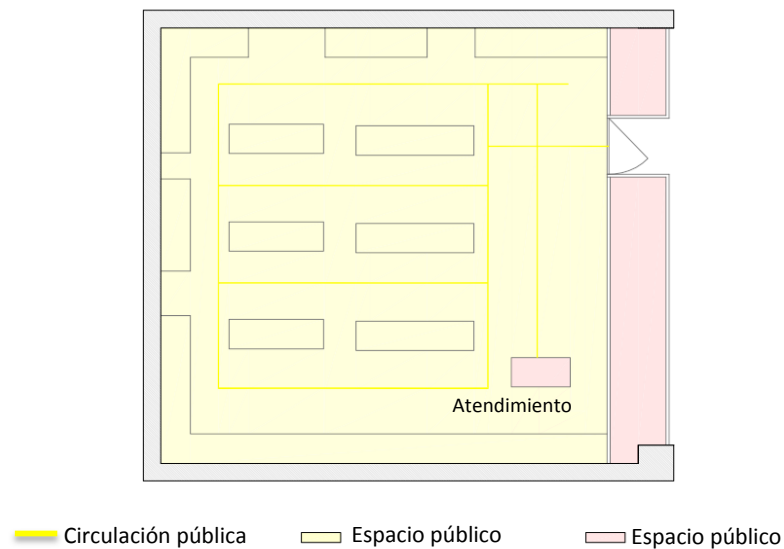


Fig. 53 **Planta tipo de establecimiento entre 50 y 100 m2.** La representación de este modelo refleja la zona de atendimento próxima a la salida, con el espacio circulatorio claramente marcado por la disposición de los productos y un escaparate amplio al que solo accede el público visualmente desde el exterior (no representan ni los almacenes ni los servicios, solo el espacio público al que accede el cliente)



Fig. 54 **Planta tipo de establecimiento mayor de 100 m2.** Este modelo de planta se corresponde a la planta tipo supermercado o bazar (no representan ni los almacenes ni los servicios, solo el espacio público al que accede el cliente). En la colocación del producto no suele estar la diferencia en este tipo de superficies ya que en todas los productos están colocados en filas y siguiendo lógicas de márketing para ello. Sin embargo la forma de atendimento (puede haber más de un mostrador) junto con la entrada y el escaparate es donde se muestra la mayor variedad tipológica (La mayoría de estos establecimientos tiene apenas 10 años).

4.2.2 Composición de las fachadas.

Es difícil establecer una tipología de fachada en cuanto a formas, ya que cada establecimiento adopta sus propias reglas, de ahí a la gran variedad de las dimensiones, formas y cantidades de vanos, ya que ningún organismo lo regula exceptuando el Plan Especial de Protección del Conjunto Histórico (PEPCHA, en aprobación) que regula en los artículos 67 y 68 la tipología de la fachada debiéndose esta respetar las tipologías existentes y en caso de rehabilitación recuperar la tipología existente en el siglo XVIII (vanos verticales y alineados entre sí). Mientras, en el casco histórico toda obra nueva que se ejecute, su fachada se deberá componer de mampostería de granito salvaje prohibiendo otro tipo de material.

Así pues, después de la revisión de la normativa del PXOM y del PEPCHA y mediante la elaboración de las fichas de levantamiento mostradas en el anexo de la disertación, se establece respecto a las fachadas de los establecimientos comerciales lo siguiente:

- El material predominante en la composición de la fachada de los establecimientos, tanto en el centro histórico como en la zona de expansión, es la piedra. Esta se muestra presente a través de muros de mampostería o sillería en el centro histórico y la Corredera mientras en la zona más reciente encontramos también el contrachapado en piedra. Otros materiales existentes son el ladrillo cara a la vista o la pintura utilizada en escasos locales.
- Las carpinterías de los vanos de los locales no se encuentran reguladas exceptuando la del centro histórico como recogen los artículos antes mencionados, por lo que encontramos gran variedad respecto a los acabados en diferentes colores y lacados dependiendo el establecimiento. No obstante el material empleado mayoritariamente es el aluminio.
- La publicidad y colocación de los letreros de los establecimientos es fundamental para la imagen del centro que se quiera proyectar y para revitalizar el pequeño comercio frente a las áreas comerciales. En el caso concreto del centro urbano de Tui, no existe una normativa específica que regule este tipo de acciones, ya que según recoge el PEPCHA, está permitido toda publicidad o rótulos con el fin de indicar las actividades comerciales, industriales o servicios profesionales (artículo 70.2).

A través del levantamiento podemos establecer diferentes formatos de rótulos: rótulos con letras metálicas, rótulos con letras metálicas sobresalientes de placas uniformes, establecimientos sin rótulos, rótulos luminosos con letras impresas, letras vinílicas adheridas al cristal, rótulos rectangulares con el nombre del establecimiento y rótulos estampados sobre los toldos.

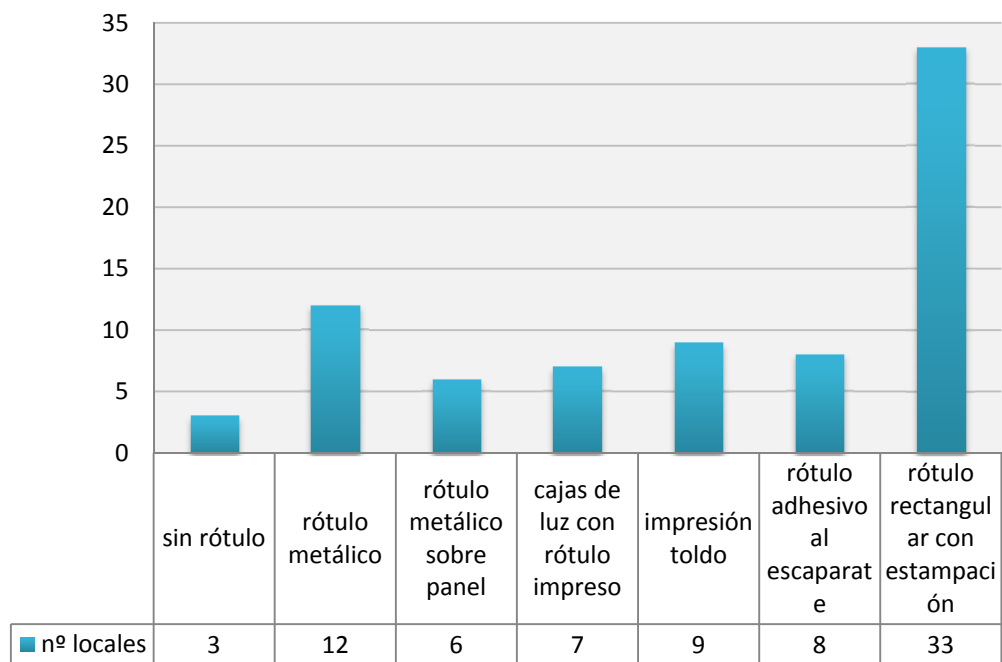


Fig. 55 **Tipología de los establecimientos comerciales.** En este gráfico se muestran los diferentes tipos de rotulación observadas en el centro histórico y su zona de expansión. Se establece también un patrón para los rótulos metálicos puesto que en su mayoría aparecen a partir del 2005 mientras que la impresión en el toldo sin ningún tipo de rótulo añadido a la fachada es anterior a 1989. Los demás tipos de rótulos no establecen ningún tipo de relación aparente



Figs. 56-57 **Tipos de rótulos metálicos.** Se encuentran sujetos a la pared con la misma técnica, aunque su posición varía de unos locales a otros.



Figs. 58-59. **Rótulos metálicos aplicados sobre paneles.** Entre ellos existen varios modelos y formas de colocación dependiendo la época.



Figs. 60-61 **Rótulos impresos únicamente en los toldos de entrada.** Muchos establecimientos cuentan con toldos para la protección de sus productos e incluso algunos también llevan impreso el nombre del local. Sin embargo son pocos los establecimientos que únicamente tienen indicado su nombre en ellos. Además se da la coincidencia que todos son anteriores a 1989.



Fig. 62-63 **Rótulos rectangulares adheridos a la fachada principal.** La mayoría de los establecimientos optan por este tipo de llamamiento a sus clientes. Existen infinidad de variedades pero todos tienen en común un color uniforme de fondo para el resalte del título.



Figs. 64-65. **Rótulos adheridos al escaparate.** Este tipo de rótulos vinílicos dejan las fachadas “limpias” de publicidad, sin embargo disminuye la llamada de atención del consumidor



Figs. 66-67 **Rótulos luminosos.** Este tipo de rótulos no son muy abundantes en los espacios analizados de Tui, sin embargo en otras muchas ciudades este tipo es el predominante. Una de las ventajas que poseen este tipo de anagramas es la visión nocturna del establecimiento llamando la atención al consumidor sobre restantes establecimientos.



Fig. 68-69 **Establecimientos sin rótulos.** Existe una minoría de este tipo de establecimientos en los que no tienen rótulos, lo que conlleva a que el local pase desapercibido para el consumidor.

4.2.3 Uso de los establecimientos.

Consultado en diversas fuentes tales como los epígrafes comerciales o el propio levantamiento de los establecimientos comerciales, se observa que el uso de los establecimientos comerciales durante estos últimos treinta años varía según su uso y su número de establecimientos como se percibe en el apartado 4.1.

Respecto al uso se establece que durante los años ochenta las licencias comerciales más abundantes fueron las licencias alimentarias. Estas se caracterizaban por ser pequeños establecimientos cotidianos asociados muchas veces a pequeños bares o tabernas. En la plaza de abastos, al igual que en la actualidad se encontraban los alimentos más frescos.

Cabe resaltar que muchos de estos establecimientos alimentares se encontraban en la avenida de Portugal y en sus epígrafes refleja en muchos de ellos “Venta de pescado y bacalao”. Este hecho es debido a que existía una demanda muy fuerte de los habitantes portugueses por este producto hasta tal punto de llegar a convertirse en contrabando y estar controlado la demanda del producto. Sin embargo según pasan los años este tipo de epígrafe va desapareciendo al igual que los pequeños establecimientos alimentares compartidos con la restauración que se ven absorbidos por grandes cadenas de supermercados que en el centro de Tui se hacen presente a partir de los años noventa.

No obstante Tui contó siempre con una plaza de abastos en la cual se ofrecen los productos alimentares más frescos. Estos datos no aparecen reflejados en las gráficas ya que la mayoría de puestos no están presentes todos los días, por lo que no los considero un establecimiento comercial, al igual que el mercado municipal que cuenta todos los jueves desde hace décadas con centenares de puestos.

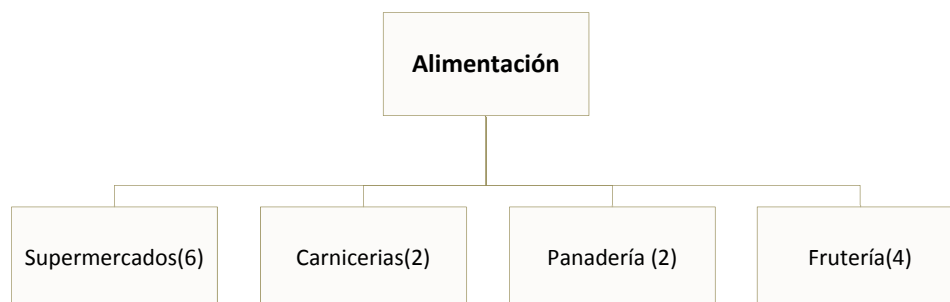


Fig. 70. Sectores en el que se divide la alimentación en el centro urbano de Tui actualmente. El grupo predominante son los supermercados, obviando como ya se dijo anteriormente la plaza de abastos. Esquema elaborado a partir del levantamiento de los establecimientos comerciales.

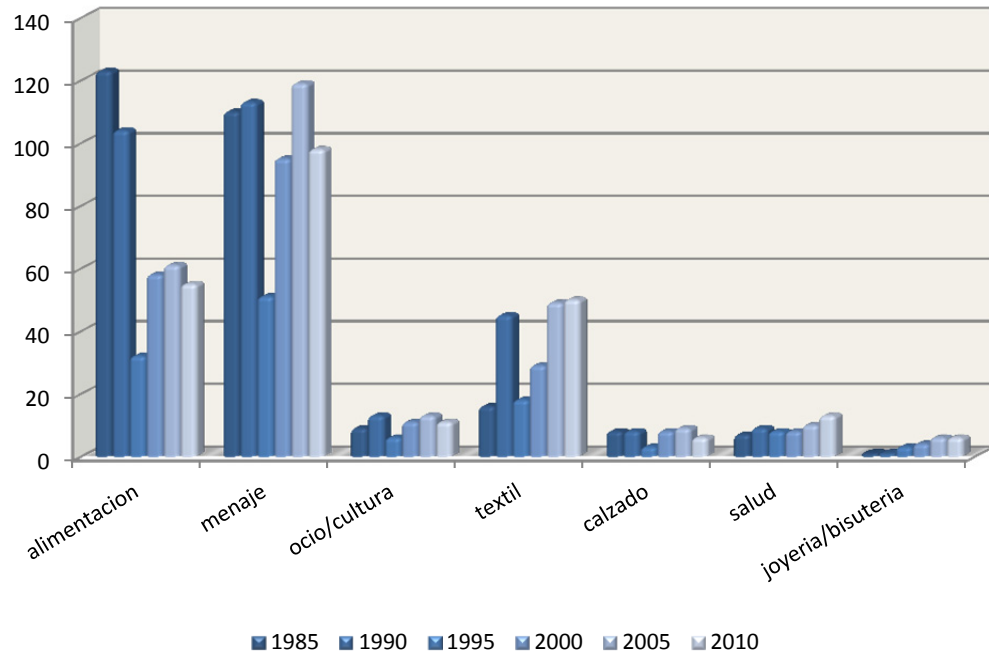


Fig. 71. **Relación de usos comerciales según las diferentes épocas de Tui.** En él se observan los diferentes usos y su evolución. Los datos más significativos son la disminución de los establecimientos alimentares, así como la constancia a lo largo de los años de los establecimientos de salud.

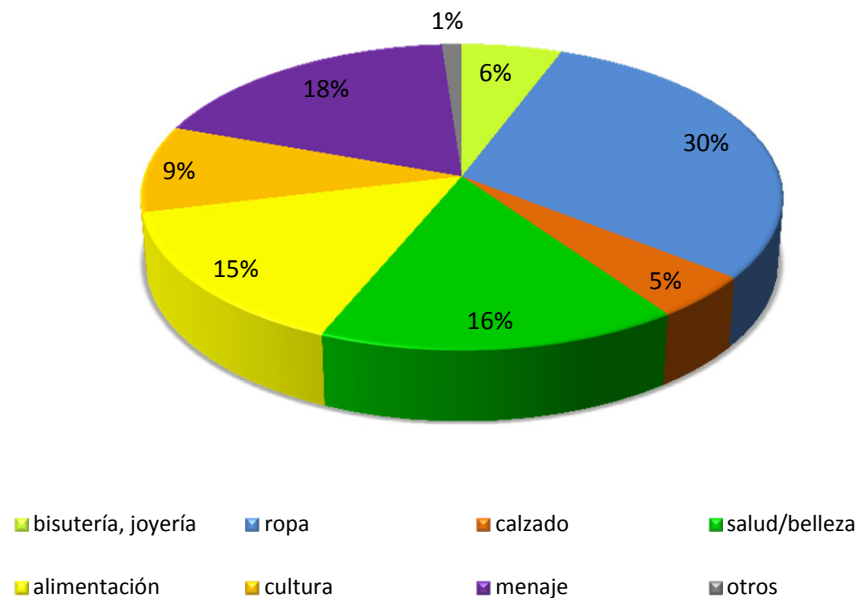


Fig. 72. **Usos de los establecimientos del centro urbano.** Se muestra la representación de los establecimientos según el porcentaje de ocupación en el centro urbano. Destaca con un porcentaje elevado del predominio del sector textil.

El uso de menaje formado por establecimientos de ferretería, decoración, bazar, electrodomésticos y electricidad ha estado siempre presente en el municipio con un número elevado de establecimientos al englobar varias categorías. Esta cifra se ha mantenido constante aunque con algunos altibajos en determinadas épocas como se puede ver en el gráfico (fig. 29).

Otro sector que sufrió fuertes cambios al igual que la alimentación fue el comercio textil. Mientras que en los años ochenta apenas se contaba con comercio de este tipo (la mayoría eran dedicados a la confección de ropa, establecimientos de mercería o de ventas de tejidos), se observa que a partir de los noventa este tipo de comercio gana adeptos siendo hoy en día uno de los más representativos en el centro urbano de Tui y con mayor variedad. Actualmente en este tipo de uso existe un predominio por la venta de mercería/lencería y ropa textil.

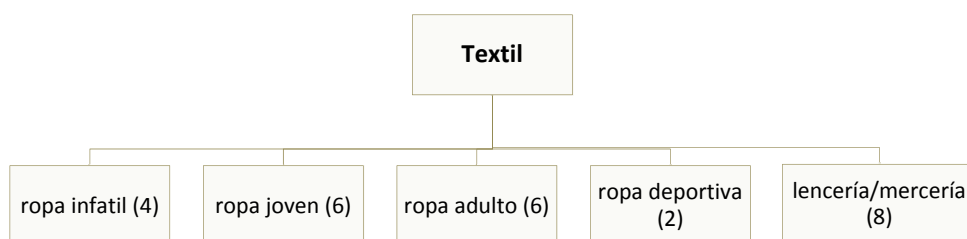


Fig. 73. Grupos en el que se divide el uso textil en el centro urbano de Tui.

Existe un grupo de establecimientos referidos a la belleza y salud en el que su gráfica se mantiene constante a lo largo de los años y con un crecimiento positivo durante los últimos años. Estos hechos son debidos a que la mayoría de estos establecimientos son farmacias y se constata al realizar el levantamiento que son los establecimientos más antiguos de Tui y que a día de hoy siguen estando presentes en la ciudad. A este factor se suma la abertura de nuevos establecimientos de herboristerías y parafarmacias principalmente que tienen que ver con el cuidado de las personas.

Los restantes usos no son destacables en cuanto a su evolución en Tui, pues sufren pequeñas variaciones a lo largo de los años con altibajos y además están representados en menor medida. Por lo que se puede decir que Tui en un principio se caracterizaba por ser una ciudad llena de pequeños establecimientos alimentares destinados al consumo del día a día y en el que participaba en ese éxito los vecinos portugueses, sin embargo a medida que fueron pasando los años, Tui va perdiendo esos pequeños establecimientos en favor de los grandes hipermercados y del sector textil caracterizado casi exclusivamente por la venta de ropa ya sea infantil, de joven o de adultos, mientras que sectores como el menaje sigue manteniéndose a través de los pequeños establecimientos dedicados al consumo doméstico.

V. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA EN LOS CUESTIONARIOS

El objetivo principal de este capítulo es recoger y analizar toda la información acumulada en los cuestionarios formulados a la población de Tui. Con la realización del cuestionario se pretende sondear a la población para determinar los siguientes elementos¹⁶:

- La relación entre los establecimientos comerciales existentes (¿Existen problemas relacionados con el nivel de servicios? ¿Faltan servicios o actividades? ¿Se adecuan los horarios comerciales a las necesidades de las personas?).
- Identificación de puntos débiles de la oferta comercial.
- Identificar actividades/servicios adicionales que los usuarios desearían tener en su área comercial.
- Identificación de puntos fuertes de la ciudad.
- Identificar los productos demandados por la población en municipios próximos y la frecuencia con la que acuden a ellos.
- Determinar los problemas existentes relacionados con el comercio (Aparcamiento, circulación, falta de acondicionamiento...)

A través de estos tópicos se establecen las preguntas recogidas en el cuestionario para obtener dicha información.

Para la interpretación y sistematización de los resultados se realizarán mediante gráficas con porcentajes, planos con información de las encuestas y mapas combinando información de los cuestionarios con operaciones de los Sistemas de Información Geográfica (SIG).

Dicha información estará sistematizada en una base de datos la cual facilitará la obtención de información gráfica estadística como diagramas en barras o circulares. Además esta base de datos tendrá un identificador para cada pregunta de manera que cada pregunta se pueda geolocalizar.

La geolocalización se llevará a cabo a través del programa Google Earth, creando placemarks de cada cuestión a geoposicionar en carpetas correspondientes a cada

¹⁶ Algunos de estos elementos están presentes en el anexo E de “Urbanismo comercial em Portugal” realizado por Balsas (1999), en el que se recoge una metodología que deberían llevar a cabo los proyectos de urbanismo comercial constando de tres partes: un análisis preliminar, una fase de estudio global y la última fase de implementación de los trabajos a realizar. Estos elementos pertenecen a la fase preliminar y no han sido tomados en cuenta otros elementos relativos al tema económico que afecta al comercio pero no directamente al ámbito de la arquitectura y del urbanismo. La investigación se centrará sólo en estos ámbitos al tratarse de una disertación en un mestrado integrado de arquitectura y urbanismo.

pregunta. Este sistema se eligió ya que sus archivos en .Kml se pueden exportar a los ficheros en cad al trabajar en un sistema de coordenadas internacional.

Realizada la tabla de datos y las geolocalizaciones, se ha recurrido a los SIG para relacionar los aspectos sociales con los espaciales y obtener los mapas objeto de interpretación de este capítulo. Además de utilizar este sistema se ha empleado el modelo Kernel¹⁷ para observar los puntos de mayor concentración de la ciudad.

Una vez explicado el procedimiento de análisis e interpretación del capítulo, mencionar que el cuestionario está elaborado de manera estratégica la situación en la que se coloca cada pregunta, como ya se explicó en la metodología. Sin embargo para el análisis de la información se estructurará en dos grandes bloques. En el primer bloque se analizará los factores externos que pueden influir en el urbanismo de la ciudad y que repercute de manera indirecta en el comercio, mientras que el segundo bloque se focaliza directamente en el comercio, tanto en el municipio de Tui como en los municipios próximos. Estos dos bloques darán lugar a la sistematización de los datos obtenidos mediante el análisis.

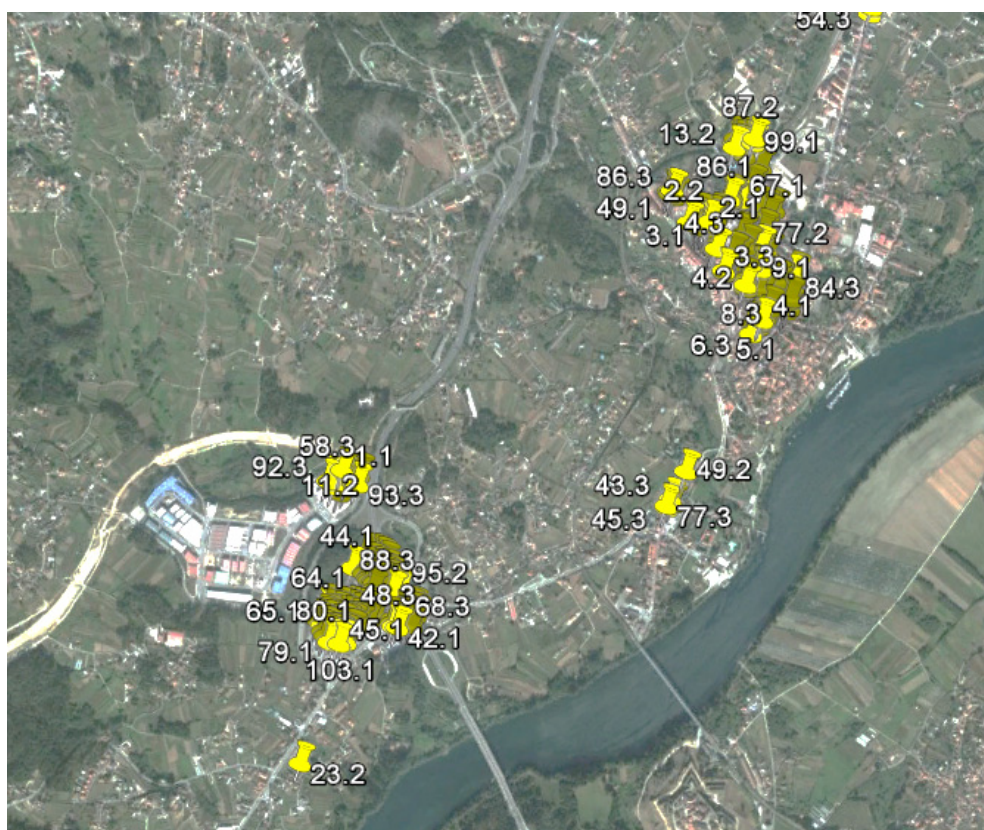


Fig. 74 Geolocalización de los placemarks respecto a los lugares de compras de los habitantes de Tui.

¹⁷ El análisis de densidades Kernel suele relacionar un elemento a mostrar con la superficie. En el caso de los estimadores de Kernel se realiza una aproximación de la representación de la tendencia global de la distribución del elemento. Así se tiene en cuenta la concentración o no concentración y el gradiente de la variación espacial. Esta representación se realiza mediante isopleas.

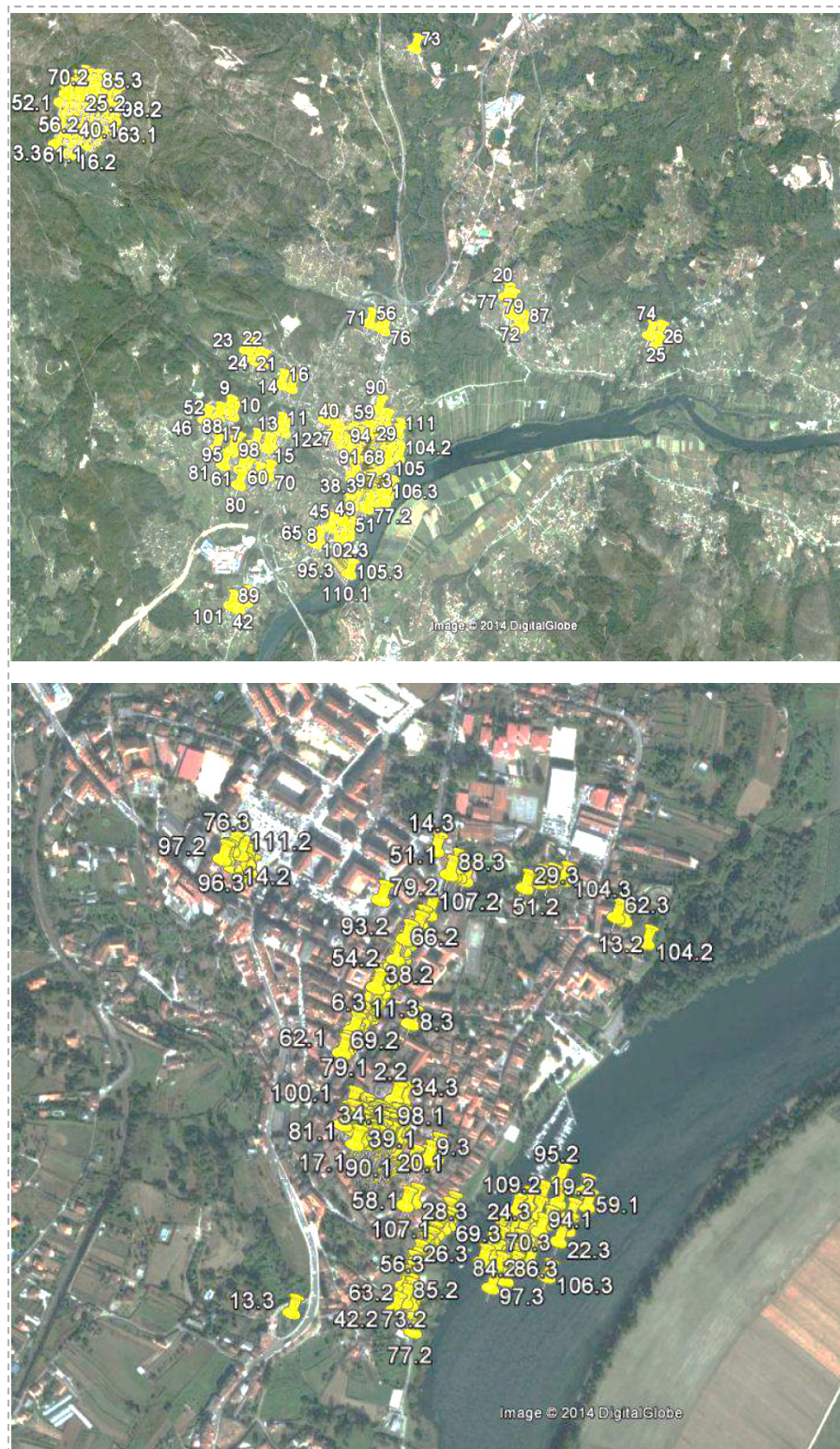


Fig 75. Placemarks de la residencia de los habitantes de Tui y de los lugares más emblemáticos

Primeramente, antes de empezar a agrupar la información en los dos bloques, se procede al análisis de la información referente a las primeras cinco preguntas (¿qué edad tiene?, ¿cuál es su género?, ¿trabaja usted en Tui?, ¿cuáles son sus estudios? y ¿cuál es su residencia?), puesto que se trata de una información de carácter más personal. Estas preguntas son claves durante el análisis de estos bloques, ya que a partir de ella se establecen clasificaciones para obtener los diferentes tipos de análisis.

Respecto a la pregunta en diferenciar entre hombres y mujeres es establecida en el cuestionario por dos motivos. En primer lugar, según la pirámide poblacional de Tui, existe un mayor porcentaje de mujeres que de hombres por lo que es necesario adquirir un mayor número de respuestas, obteniendo como resultado un 58% de encuestas respondidas por el sexo femenino y un 42% por el masculino. El segundo motivo de esta pregunta, es para poder establecer diferentes categorías para el análisis de las siguientes preguntas respondidas en los apartados diferentes. Estos dos motivos se repiten para formular la pregunta sobre el grupo de edad a la que pertenecen. Además esta diferenciación de categorías permitirá poder comparar los resultados entre los diferentes grupos creados.

La pregunta más íntima de todo el cuestionario es la referida a la residencia del individuo, por lo que se esperaba que un cierto porcentaje se abstuviera a responder, sin embargo el 100% de los encuestados han respondido a esta pregunta, lo que facilita el análisis posterior de las informaciones.

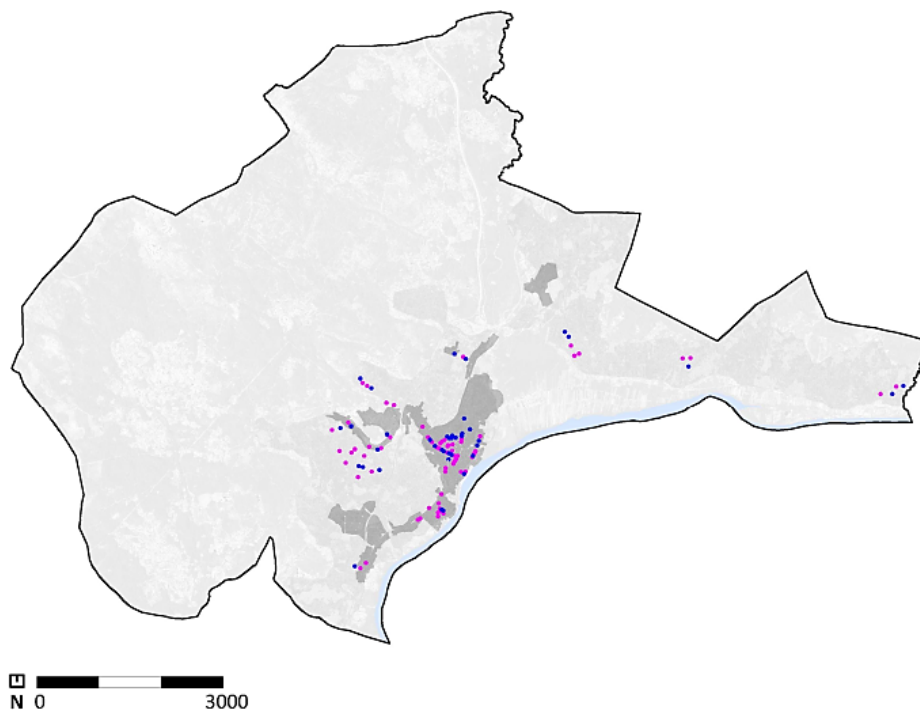


Fig. 76 Mapa en el que se representan la residencia de las mujeres y de los hombres cuestionados. En él se observan los núcleos habitacionales más destacados y la recogida de información de todos ellos.

Se procuró además que estuvieran presentes los núcleos de mayor representación poblacional en Tui según los datos del INE. Estos datos muestran que el núcleo más poblado de Tui es el centro urbano (parroquia Tui) con 6130 habitantes, siguiéndole Randufe con 2213 hab., Guillarei con 2003 hab., Rebordanes con 1240 hab. y Pazos de Reis 1164 hab. Las restantes siete parroquias tienen menos de 1000 habitantes cada una.

De esta manera se procuró una distribución uniforme, correspondiente a un porcentaje aproximado de representación de todas las parroquias para obtener una mayor variedad de respuestas, teniendo en cuenta las premisas anteriores para obtener unas respuestas lo más cercana a la realidad posible, ya que no sólo el centro urbano de Tui es utilizado por los habitantes del mismo. Asimismo se procuró evitar cualquier contaminación posible en las respuestas realizando el cuestionario de manera individualizada a cada individuo.

Siguiendo con la pregunta sobre cuáles eran sus estudios, el objetivo principal para su formulación es determinar el nivel de estudios de las personas de Tui, y si esto influye de manera directa o indirecta en el desenvolvimiento de la ciudad y sobre todo respecto al comercio. Para responder a esta cuestión se establece una pregunta caracterizada con 5 tipos de respuestas: diplomatura o similar, estudios superiores, grado medio, estudios primarios y por último sin estudios, en la que sus porcentajes responden a los mostrados en la figura 2. Esta pregunta también permitirá establecer una categoría de análisis en los apartados siguientes.

Por último, la pregunta que cierra esta primera parte de la encuesta es referida a si los individuos trabajan en Tui. Como resultado los encuestados respondieron todos a esta cuestión y se obtuvo como resultado que tan solo el 32% trabaja en Tui (figura 77). Este factor es debido a que muchos de los individuos trabajan en municipios próximos donde existe una mayor industria como es el caso de Porriño o Vigo, mientras tui se caracteriza por el sector servicios como se mostró en capítulos anteriores. Llama la atención que tan sólo un tercio de los encuestados trabaje en Tui, lo que provoca mayor desplazamiento a otras ciudades y el hecho de pasar menos tiempo en la ciudad en la que viven.

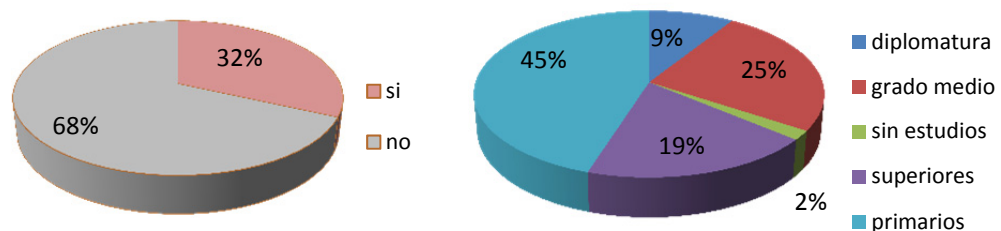


Fig. 77-78 respectivamente. **Gráficos.** El primer gráfico representa el porcentaje de las personas que trabajan en Tui, mientras que el segundo representa el porcentaje de nivel de estudios de los entrevistados. Elaborados a partir de los datos del cuestionario.

Después de analizar y categorizar las diferentes preguntas se procede a la diferenciación de los bloques a analizar, en la que se volverán a mostrar estas preguntas ya relacionadas con preguntas concretas sobre la investigación llevada a cabo.

5.1 Factores externos que afectan indirectamente al comercio

Son muchos los factores que pueden llegar a afectar al comercio tanto directamente como indirectamente. Por ello, en este apartado se pretende analizar como el ciudadano de Tui utiliza la ciudad y cuáles son los elementos que la identifican.

5.1.1. ¿Cuáles son los tres lugares/elementos más representativos de Tui?

Esta pregunta es formulada de una manera abierta sin establecer ningún tipo de respuesta para que los individuos puedan contestar libremente y garantizar una mayor cantidad de respuestas.

El objetivo principal para enunciar esta pregunta es obtener los lugares más representativos de la ciudad y comprobar si establecen alguna relación con la forma de desplazarse de los habitantes o si influye en el tipo de comercio.

Al realizar esta pregunta en la que respondió el 100% de los encuestados se obtuvo como respuesta los siguientes lugares: la catedral (23%), la escultura de los caballos (1%), el centro histórico en su conjunto (8%), el río Miño (10%), el Monte Aloya (19%), el puente internacional de Eiffel (8%), el teatro (1%), el área Panorámica (2%), la iglesia de Sto. Domingo (1%), los jardines de Troncoso (2%), el paseo fluvial (8%) y las fiestas y los pubs (1%).

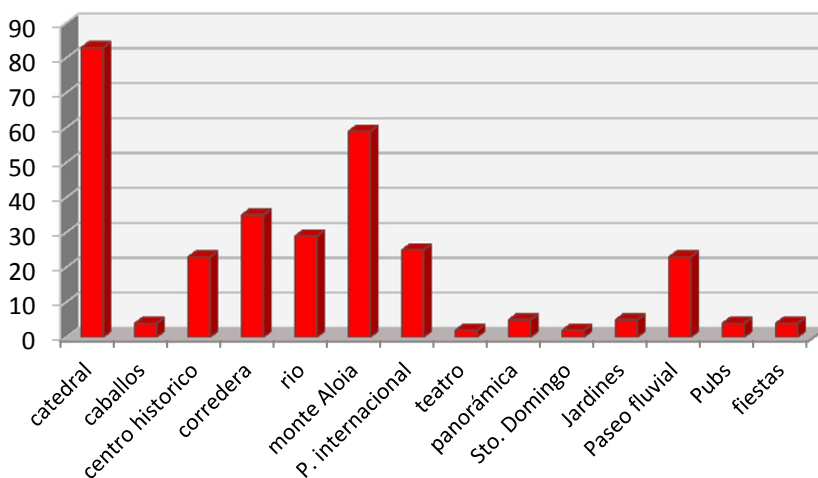


Fig. 79. Lugares y elementos más representativos de Tui según los encuestados.



Fig. 80. Ubicación de los lugares y elementos más representativos de Tui según los encuestados.

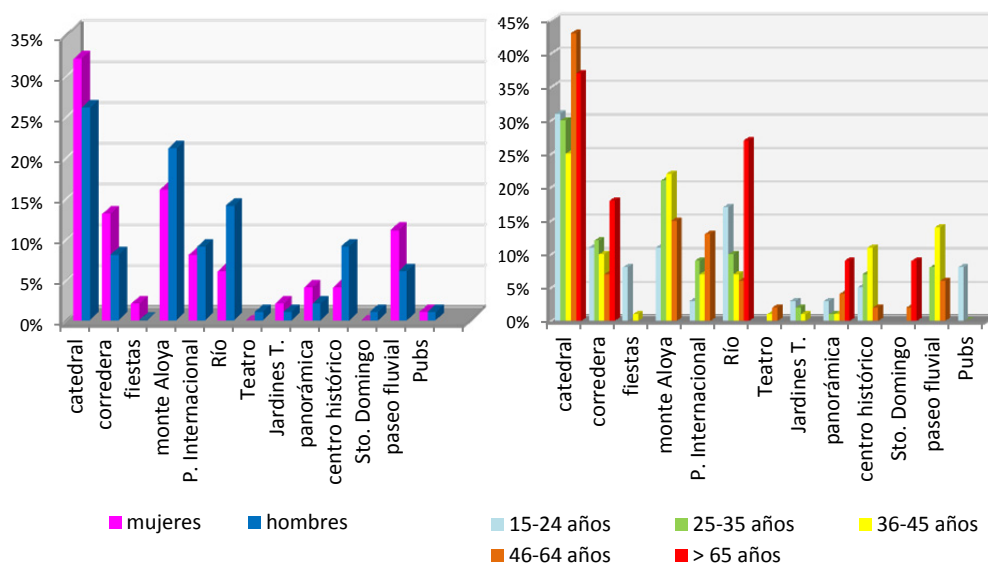
Dos de los sitios más representativos para los habitantes de la ciudad son la catedral situada en el centro histórico y el monte Aloya. Estos dos lugares son caracterizados por el alto valor artístico y natural respectivamente.

En tercer lugar según los encuestados se encuentra el paseo de la Corredera, caracterizado por ser una de las calles con mayor historia en Tui. Desde el siglo XVII se caracterizó por habitar en ella la alta burguesía de Tui, así como también de acoger en ese mismo siglo el mercado semanal que aún perdura hoy en día. Las relaciones comerciales siempre estuvieron muy presentes en esta calle al igual que los servicios. En la actualidad esta calle sigue albergando establecimientos comerciales aunque actualmente perdió cierta relevancia.

Si analizamos estos datos por separado, primeramente entre hombres y mujeres y posteriormente según la edad obtenemos diferentes resultados. Por un lado existen diferencias entre hombres y mujeres como muestra el gráfico, aunque para ambos sexos el elemento más representativo es la catedral.

Para el sector masculino los lugares más representativos aparte de la catedral son el monte Aloya, el río y el centro histórico (figura 80). Los dos primeros elementos se caracterizan por ser lugares naturales mientras que el tercero se caracteriza por ser un conjunto. Si comparamos estas respuestas entre sí vemos que para la mujer los elementos naturales no tienen la misma importancia que los hombres ni tampoco el conjunto sino que valoran más los elementos singulares y el patrimonio cultural intangible.

Por otro lado, si se realiza una comparación entre los diferentes grupos de edades se observa que aunque la catedral es el elemento más relevante para el tudense, existen otros elementos relevantes según su edad. Un ejemplo de ello es el contraste que existe entre el grupo de edad entre los 25-35 años relativamente a los mayores de 65 (figura 81).



FigS. 81-82. Elementos representativos según el género y la edad respectivamente.

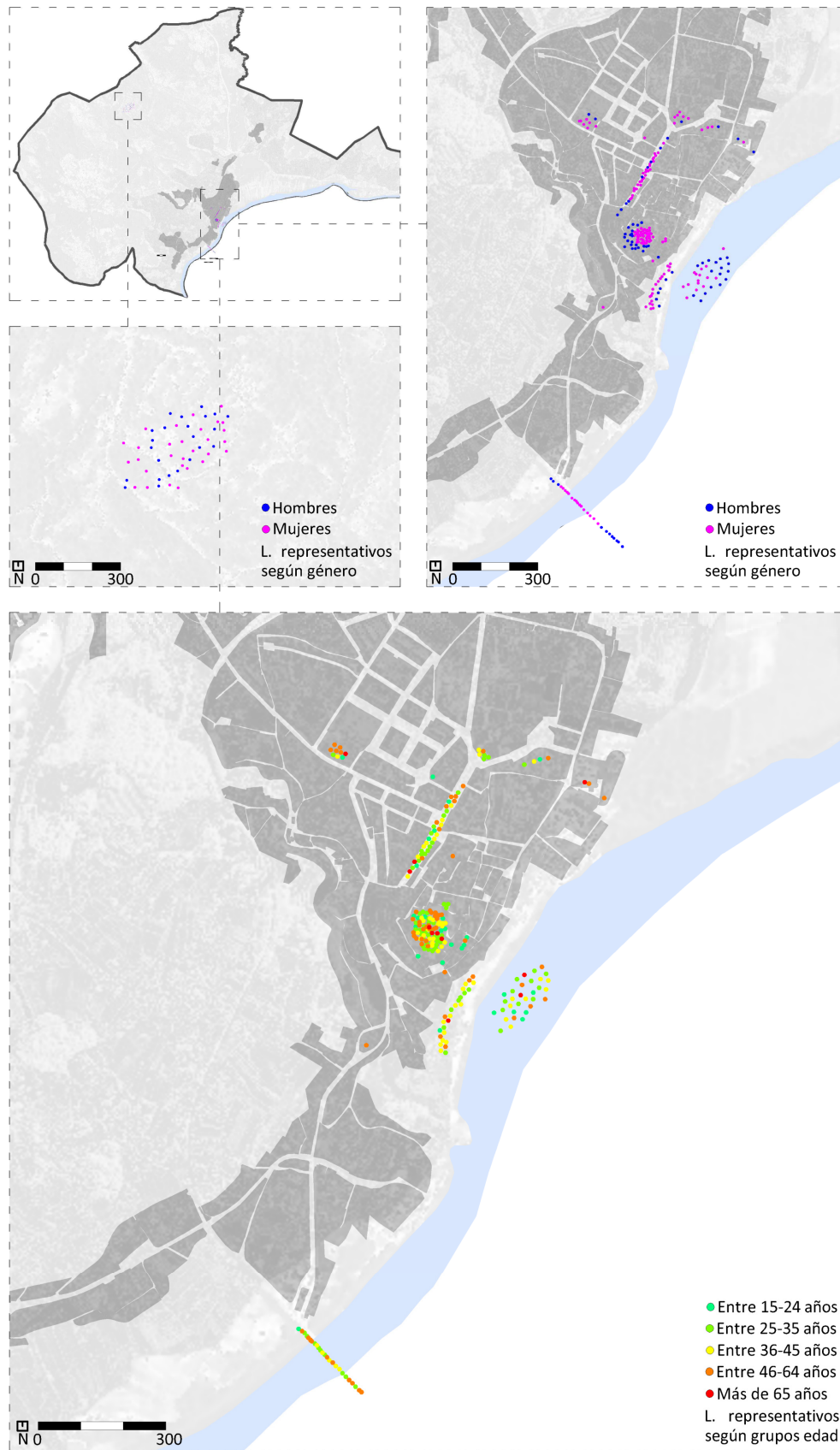


Fig. 83 **Representación espacial según género y edad.** Existe una clara predominancia de las mujeres por la catedral, en el paseo y en el río, mientras que por grupos de edad, los jóvenes valoran no un espacio concreto sino situaciones relacionadas con las fiestas o zonas de nocturnidad.

Mientras estos últimos tienen una clara preferencia por los elementos más religiosos y con el río (este hecho se debe a factores histórico-culturales, y a la fuerte ligación con la pesca y la situación fronteriza que ayudaba al estraperlo por el río), el segundo grupo no muestra una clara preferencia por ningún elemento.

Todos estos lugares representan para los ciudadanos una imagen icónica de su ciudad, la cual se debería tener en cuenta para poder revitalizar el espacio urbano y comercial de Tui. Según Rovira Lara (2012), el espacio comercial debería adaptarse a los espacios con valor histórico-cultural y arquitectónico para su población. En el caso de la ciudad de Tui la actividad comercial existente se limita prácticamente en el centro urbano y no existe actividad comercial relacionada con estos elementos histórico-culturales, lo que podría ser un factor en cuenta para establecer en el municipio, no tanto para los tudesenses como para los turistas que pueden llegar a consumir este tipo de actividad.

5.1.2 ¿Cuáles son los lugares a los que sueles acudir en el centro histórico?

Cuando se realizó la propuesta para iniciar esta investigación, uno de los lugares que despertaba mayor interés era y es la utilización del centro histórico de Tui por sus habitantes, ya que a través de la observación directa se apreciaba poco movimiento respecto a otras zonas centrales de Tui. En épocas pasadas el centro histórico albergaba todo tipo de actividades relacionadas con servicios y establecimientos de diario como se recogió en el capítulo 3.

Con el objetivo de profundizar en los servicios y establecimientos que contiene el centro histórico y que los individuos utilizan, se formula la pregunta de manera abierta y sin ningún tipo de respuesta preestablecida para que el encuestado pueda participar libremente, obteniendo como resultado los datos presentados en la figura 83.

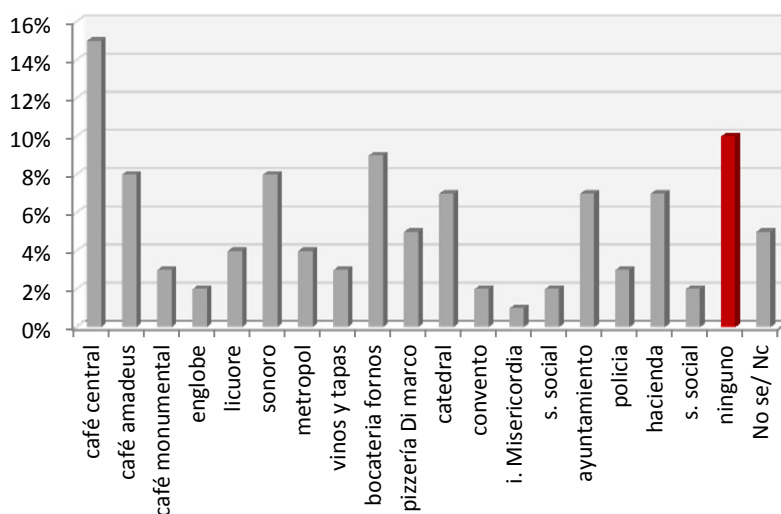


Fig. 84. Lugares a los que acuden en el centro histórico los habitantes de Tui.

Cabe destacar que un 5% no contestó a esta pregunta y un 10% nunca acude al casco histórico. Aunque en el cuestionario no se recoge el motivo por el que no acuden al centro histórico ni con que frecuencia lo hacen, al ser encuestados persona a persona se le interrogó por este motivo y todos ellos respondían que el centro histórico no les aportaba ningún servicio adecuado.

Una pequeña parte de los encuestados no señalan un lugar/establecimiento concreto y responden que el lugar al que acuden dentro del casco histórico es la Corredera o el paseo fluvial, al tratarse de zonas de ocio y disfrute. Sin embargo estas no pertenecen propiamente al centro histórico medieval, si no que actúan como límite a ambos lados del centro histórico. Este hecho muestra las diferentes percepciones de los límites del núcleo medieval que tiene la población.

Si agrupamos los sectores por actividad, obtenemos una clara visión de la predominancia del sector de la restauración, seguida posteriormente del sector de los servicios públicos (figura 85) y en último lugar los equipamientos religiosos.

Cuando se le pregunta con que frecuencia acuden a estos lugares, muchos de ellos contestan que acuden habitualmente a los servicios de restauración y que a los servicios públicos acuden cuando es necesario (no suelen acudir al ayuntamiento o a la seguridad social diariamente), mientras que los equipamientos religiosos dependen del grupo de edad al que pertenezcan (acuden con mayor frecuencia según incrementa la edad).

Estos lugares que señalan los encuestados, si se relacionan con la anterior pregunta obtenemos contradicciones por parte de la población. Por un lado el elemento más representativo para ellos es la catedral de Sta. María, sin embargo no es el sitio más frecuentado en el casco histórico por ellos, ya que el sitio más frecuentado son los pertenecientes al área de restauración (café Central, café Amadeus, café Monumental, Englobe, Licuore, Sonoro, Metropol, Vinos y Tapas, bocatería Fornos y Pizzería di Marco). De este modo al analizar los datos conjuntamente a estas dos preguntas, se comprende porque los sectores más jóvenes de la población tienen como uno de los lugares más representativos la zona de nocturnidad del centro histórico, pues es un sitio muy frecuentado por dicho sector de la población como se puede observar en la figura 87.

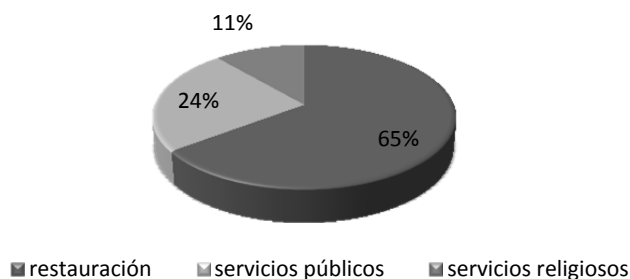


Fig. 85 Representación de los sectores más abundantes en el centro histórico.

Al igual que en la anterior pregunta se establecieron dos grupos diferentes para el tratamiento de los datos recogidos. Primeramente analizaremos los datos recogidos entre hombres y mujeres y posteriormente según la edad.

En el primer grupo (figura 86), muestra como el género femenino predomina sobre el masculino en lo referente a la utilización de los servicios públicos de administración (ayuntamiento, hacienda y seguridad social) y en los equipamientos religiosos. Sin embargo los hombres utilizan el centro histórico como zona de ocio y un 13% no acude al centro histórico.

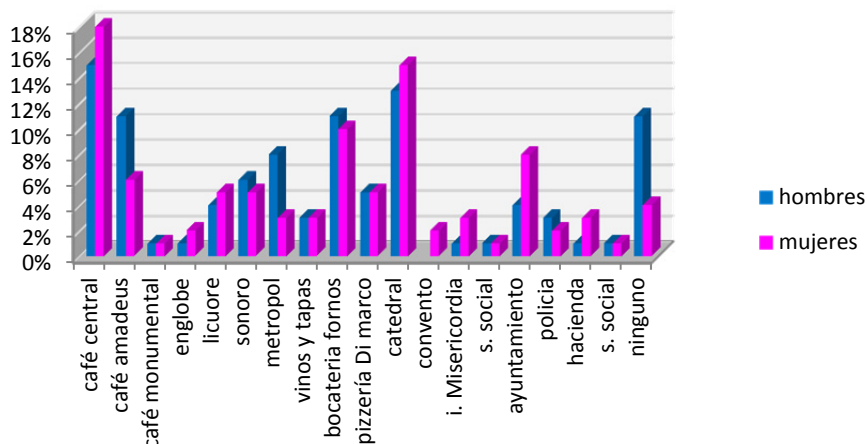


Fig. 86. Uso de los establecimientos según género

Sin embargo estos datos contrastan fuertemente si se comparan por grupo de edad. Por un lado obtenemos que los establecimientos en los que predomina claramente el sector más joven son locales pertenecientes al ocio nocturno y a la hostelería. También llama la atención que ninguna persona perteneciente a este grupo respondiese que no acude al centro histórico, lo que supone que las personas más jóvenes utilizan el lugar y se sienten identificadas con él.

El tercer grupo de edad, entre 36 y 45 años está presente en todos los lugares. Sin embargo a partir de los 46 años estos sólo están presentes en equipamientos religiosos y administrativos.

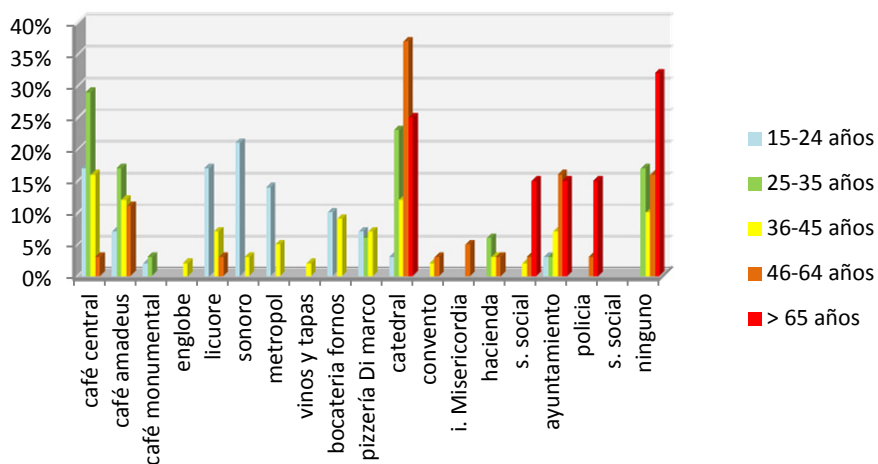
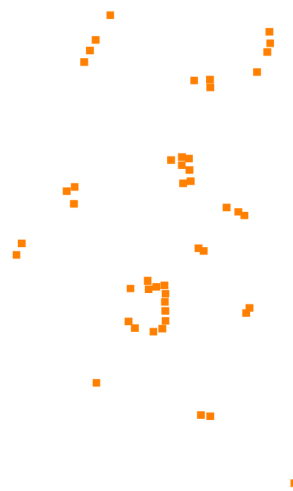


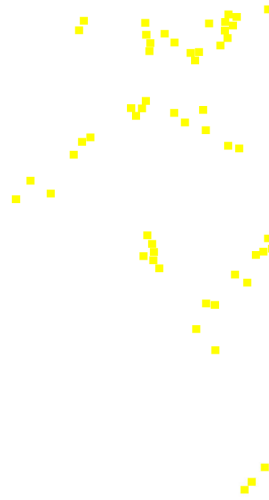
Fig. 87. Uso de los establecimientos según grupos de edad.



■ Más de 65 años

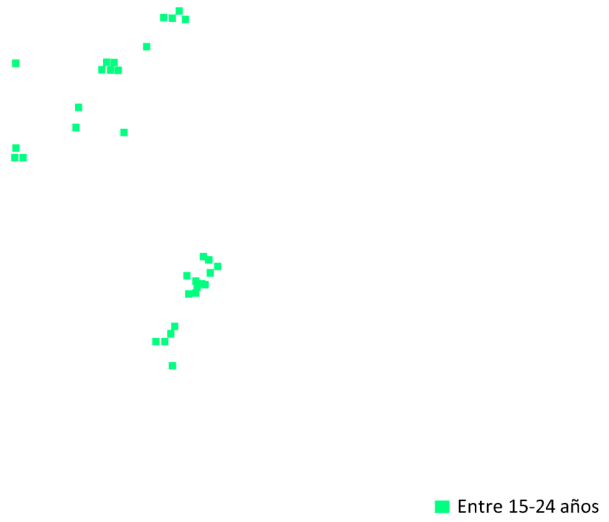


Entre 46-64 años



■ Entre 36-45 años





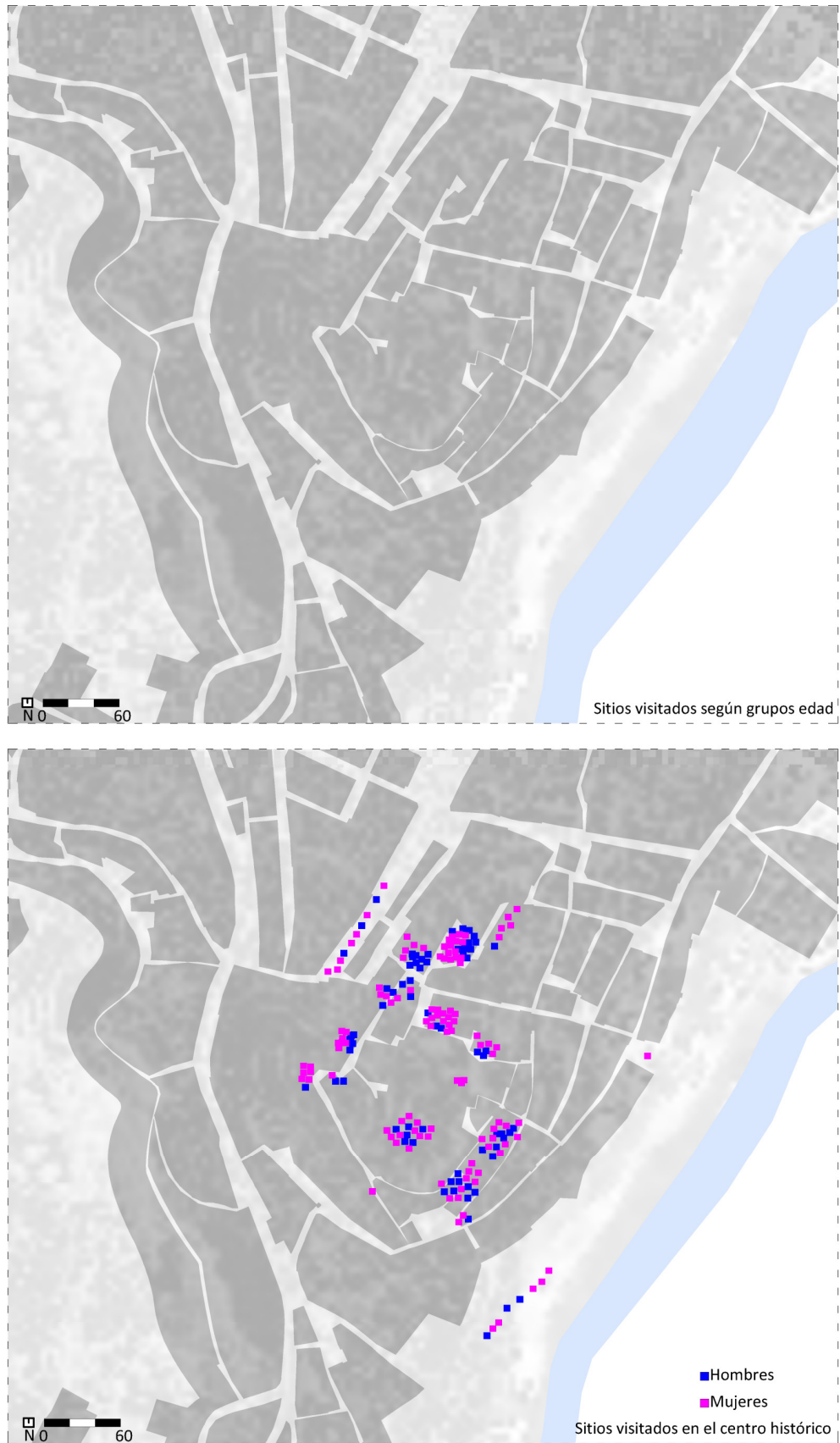


Fig. 88 **Distribución espacial de los lugares más visitados en el centro histórico según grupos de edad primeramente y según el género.** Datos obtenidos a través del cuestionario formulado a la población de Tui.

5.1.3 ¿Cuáles son los elementos/lugares de Tui que menos te gustan?

Uno de los principales puntos para la realización de un proyecto de urbanismo junto con la componente comercial, son los elementos urbanos que componen el área en la que los establecimientos comerciales se sitúan (Balsas, 1999). Por ello, a través de la formulación de la pregunta se pretende averiguar cuáles son los aspectos y los elementos más desfavorables para ellos de la ciudad.

A esta pregunta han contestado el 91% de los encuestados, respondiendo mayoritariamente a la falta de aparcamiento en la ciudad y la necesidad de mejorar el existente, pues se encuentra en malas condiciones. Este aspecto afecta directamente al comercio pues el aparcamiento es uno de los factores más influyentes a la hora de elegir un establecimiento (Balsas, 1999; Barreta, 2012).

Otros aspectos negativos que destacan los ciudadanos de Tui sobre su ciudad son el abandono del centro histórico y el ambiente urbano degradado que presenta en general el centro urbano. Para el primer hecho, el ayuntamiento está elaborando un plan de rehabilitación del centro histórico, por lo que se prevén mejoras en un medio-largo espacio de tiempo.

Respecto al ambiente urbano, las personas encuestadas piden mejoras como limpieza de la ciudad (las calles principales están bastante sucias), falta de señalización, presencia de casas en ruinas en las calles principales, aceras en mal estado y principalmente la presencia de tránsito automovilístico en las calles principales, teniendo este mayor presencia en la ciudad que los peatones. Todos estos aspectos pueden llegar a influir en el ambiente comercial como refleja Vahí (2012, pág. 17): *“El papel de la calle como espacio público puede potenciar la atracción y los logros del comercio a través de sus configuraciones (plazas, bulevares, pasajes...), o la dinamización circunstancial de las mismas (mercadillos, espectáculos...)”*

Otros aspectos negativos que destacan los encuestados son las malas condiciones del centro médico y el área nueva que carece de espacios verdes y lugares de disfrute.

Si analizamos estos datos primeramente entre hombres y mujeres y posteriormente por grupos de edad, obtenemos pequeñas diferencias como se pueden observar en los gráficos. En ambos la mayor preocupación es el aparcamiento (mayor en hombres que en mujeres), seguidamente del abandono del centro urbano y el ambiente urbano. Sin embargo a los mayores de 65 le preocupa el estado en el que se encuentra el centro de salud (este hecho puede deberse a que son las personas de la tercera edad quien más frecuentan este tipo de equipamientos).

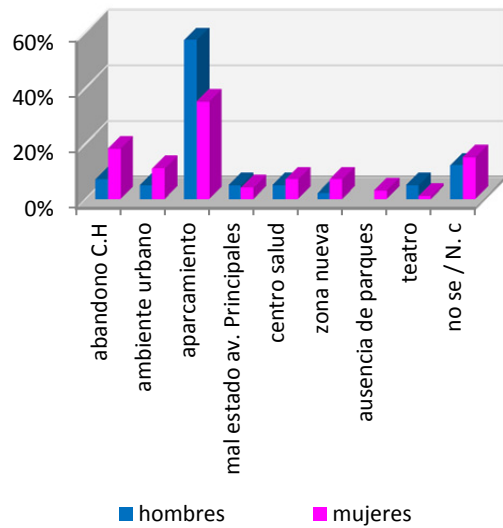


Fig. 89 Elementos que menos le gustan a los tudenses según género.

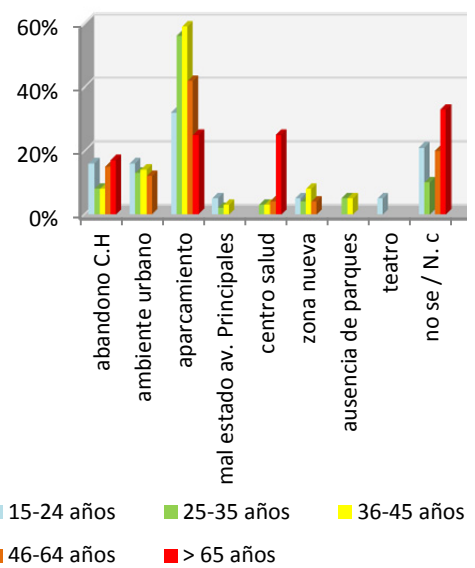


Fig. 90 Elementos que menos le gustan a los tudenses según grupos de edad.

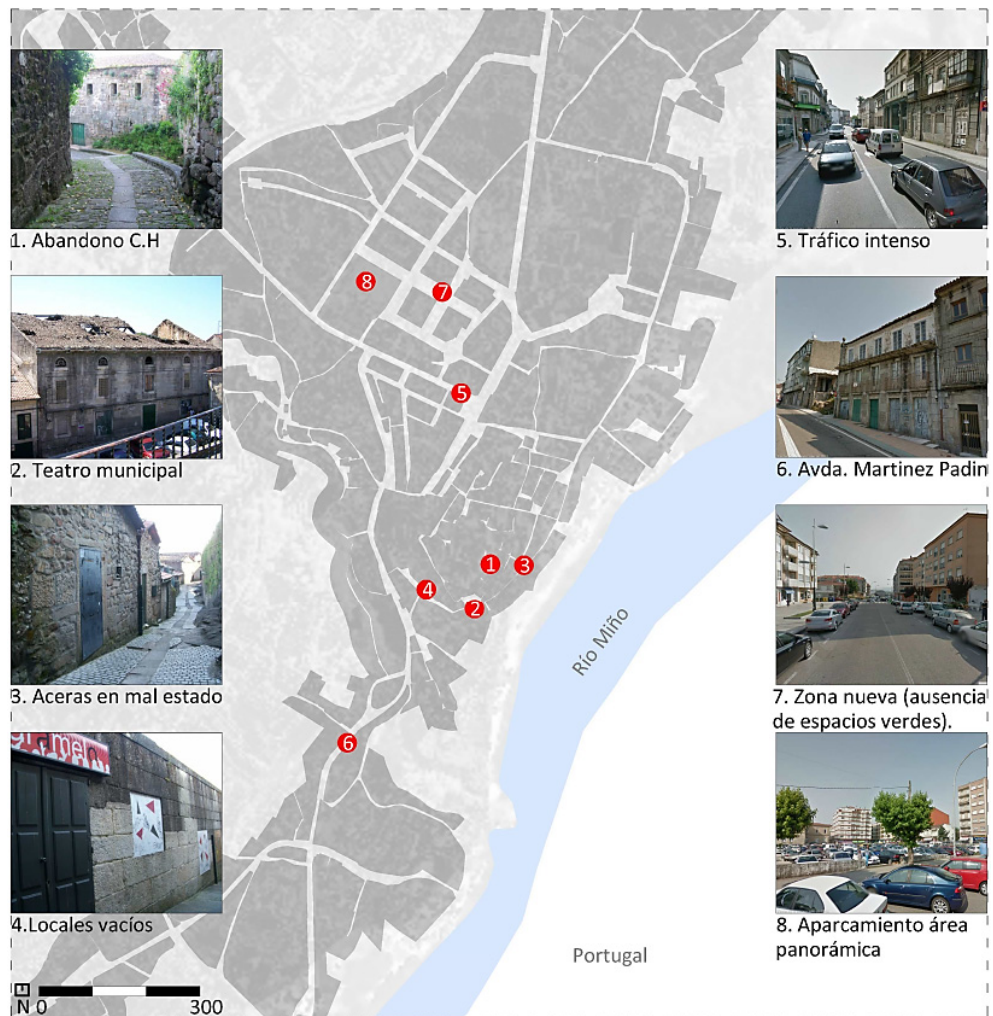


fig. 91. Aspectos que destacan los habitantes de Tui como negativos.

5.1.4 ¿A qué lugares de Tui sueles ir a pie?

La movilidad y la accesibilidad de las personas en la ciudad es un factor que afecta directamente a los establecimientos comerciales como destacan diversos autores (Balsas (1999), Barreta (2012) o Vahí (2012) entre otros). Con el objetivo de averiguar los desplazamientos de los habitantes de Tui se formula esta pregunta de manera abierta para poder obtener un mayor número de respuestas.

Al realizar esta pregunta se obtuvo una respuesta del 99% de la población. En ella la población dio múltiples respuestas y no concretiza lugares. Al formular esta pregunta todos los encuestados aluden a la necesidad del uso de vehículo propio para desplazarse hasta el centro de la ciudad. Una vez allí, es cuando los habitantes se desplazan a pie por la ciudad como muestra el gráfico extraído de esta cuestión.

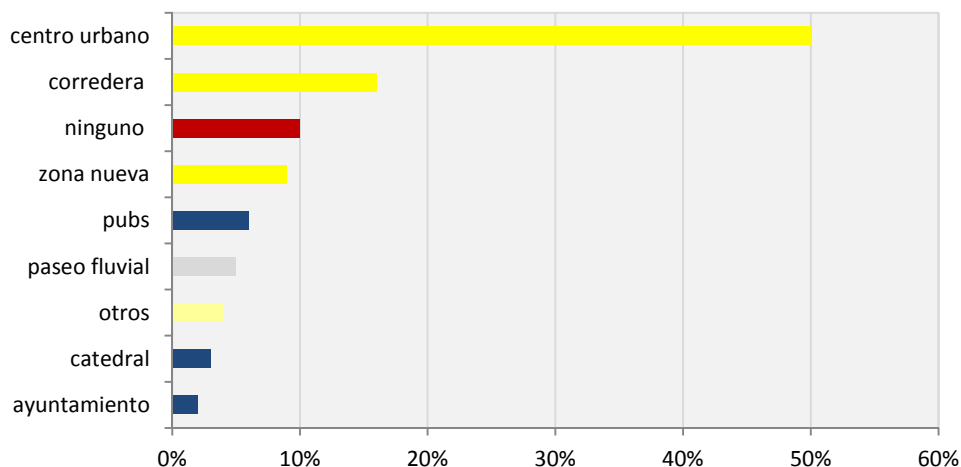


Fig. 92 **Porcentaje de los lugares transitados a pie en la ciudad de Tui según los encuestados.** Los lugares señalados en amarillo y en azul se corresponden con los lugares representados en la figura 93.

Mayoritariamente, el 50% de la población, indica como respuesta el centro urbano de Tui sin especificar un lugar concreto, seguido con un 15 % la Corredera como lugar más transitado a pie. Cabe destacar también que un 10% de la población no acude a ningún lugar a pie y siempre utiliza un vehículo para desplazarse.

A través de los datos obtenidos de esta respuesta conjuntamente con las respuestas de los lugares más frecuentados en el centro histórico y en los establecimientos que suelen ir a comprar los ciudadanos¹⁸, se elabora un diseño en el cual se sintetiza el uso de las calles más transitadas a pie durante el día (de amarillo más intenso a menos intenso según la cantidad de personas que acuden a esas calles), y durante la noche (representadas en color azul). Este diseño corresponde a la figura 93.

¹⁸ El análisis a esta pregunta se muestra en el apartado 5.2 de este capítulo

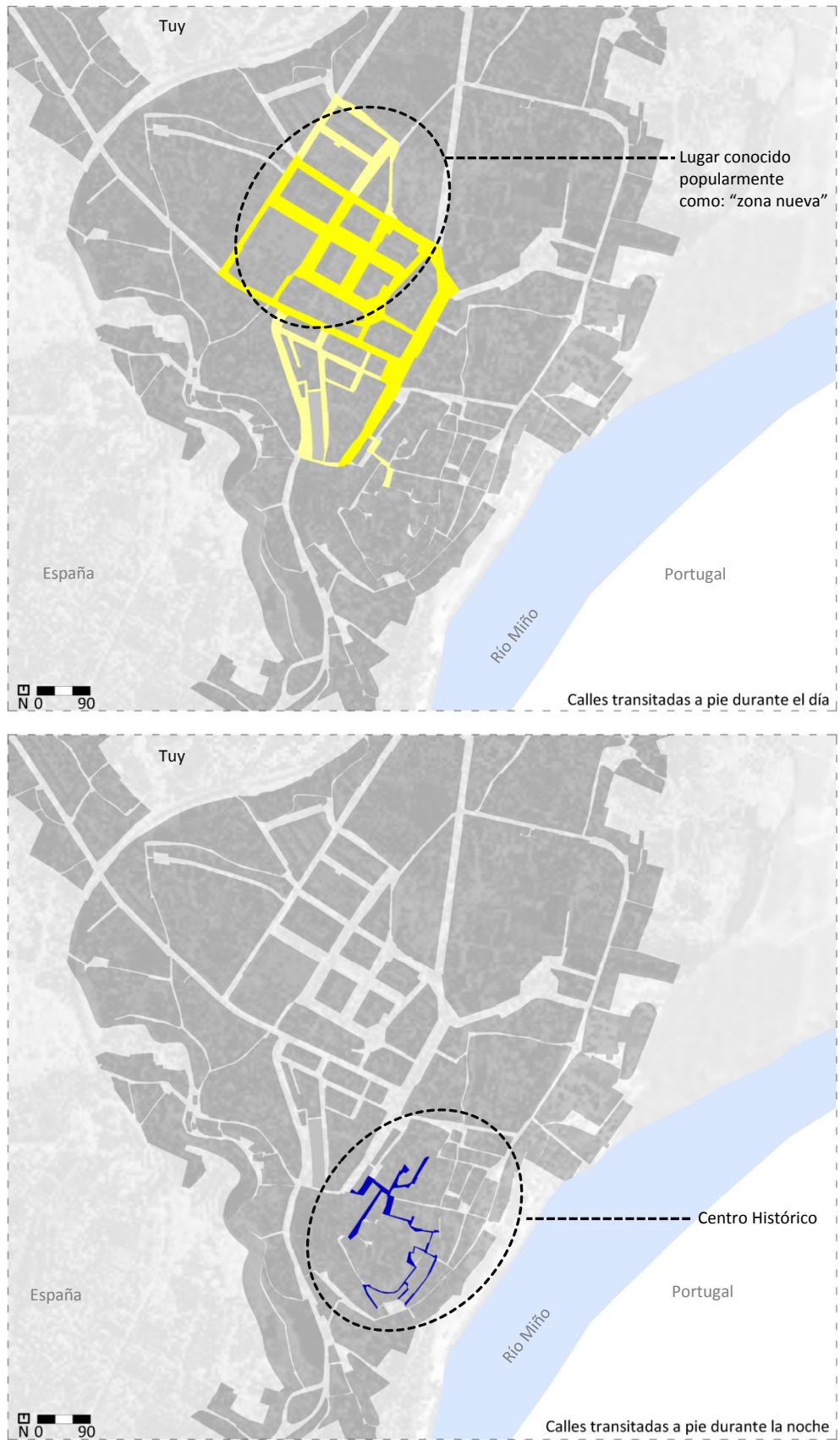


Fig. 93. Calles transitadas a pie durante el día y durante la noche. Diseños elaborados a partir de los datos de los cuestionarios.

A través de ese diseño podemos comprobar como la ciudad funciona de dos formas completamente diferentes. Por un lado, durante el día la zona más reciente de Tui, al acoger un mayor número de establecimientos y servicios junto con calles más anchas y con mayor número de plazas de aparcamiento, se convierten en la zona más transitada durante el día en las jornadas laborables (de lunes a sábado). Sin embargo el ritmo de la ciudad cambia completamente durante las noches y sobretodo en los fines de semana y festivos. El centro histórico adquiere mayor relevancia debido a la concentración de locales relacionados con la hostelería y el ambiente nocturno, llegando la mayoría de estos establecimientos a abrir solamente durante los fines de semana y en horarios nocturnos.

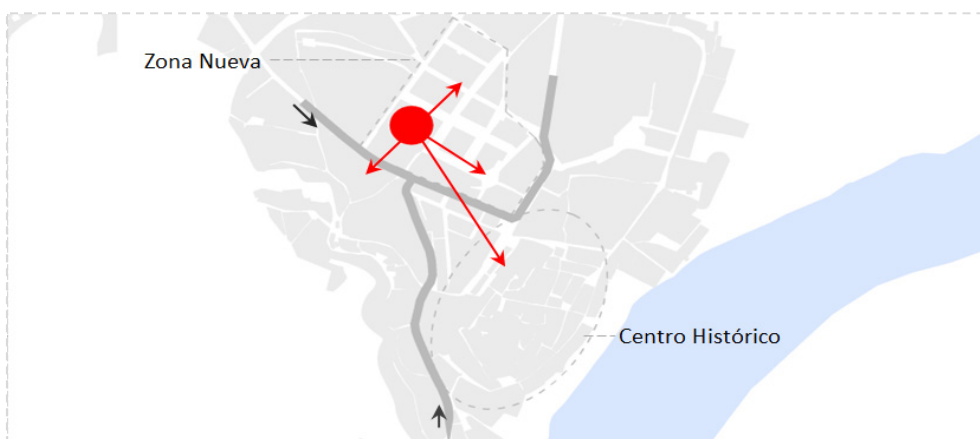


Fig. 94. **Llegada al centro de la ciudad.** Acceso en vehículo por las vías principales hasta el centro. Una vez allí se estaciona principalmente en el área panorámica (en rojo) y se acude caminando al resto de la ciudad.

5.1.5 ¿Tiene coche propio?, ¿Conduce habitualmente? y ¿Tiene plaza de aparcamiento?

Continuando con el factor relacionado con la movilidad en la zona de investigación, se interroga a los habitantes de Tui para saber si tienen coche propio o no. Esta pregunta se realiza de manera cerrada en la que los encuestados deben responder con un sí o un no ya que se trata de una pregunta muy específica de la que se pretende conocer únicamente estas dos posibilidades. La formulación de esta pregunta implica formular dos preguntas más en batería (¿Conduce habitualmente? y ¿Tiene plaza de aparcamiento?) para completar la información necesaria.

Se formula esta pregunta con el objetivo de adquirir conocimiento sobre la cantidad de vehículos propios y la utilización de este como medio de transporte habitual. También se pretende con la realización de la última pregunta de este apartado obtener información sobre las plazas de aparcamiento privado.

A través de la realización de la pregunta se consigue que el 100% de los encuestados responda a esta pregunta. Este hecho provoca que los resultados de esta pregunta sean muy fiables y próximos a la realidad.

En primer lugar cabe destacar el alto porcentaje de los encuestados que posee vehículo propio (75%). Si a este hecho le unimos que parte del 25% restante pertenecen a personas encuestadas menores de 25 años y por lo tanto pueden tener menos de 18 años, edad legal para conducir, el porcentaje de las personas que poseen vehículo podría incrementarse.

La utilización del coche en la ciudad de Tui está muy presente en los ciudadanos, ya que el 77% de ellos utiliza el coche como un medio habitual para desplazarse. Este hecho es determinado por varias razones. Una de ellas es la necesidad de utilizar el transporte privado para desplazarse a los municipios más próximos, bien sea por empleo (la mayoría de la población trabaja en municipios cercanos) o por la necesidad de diferentes servicios u ocio que no son ofertados en la ciudad de Tui.

Otra razón por la que los encuestados utilizan su propio vehículo es la falta de transporte público en la ciudad. Desde el centro urbano de Tui existe una línea regular de autobús¹⁹ que comunica a Tui con los municipios próximos (Desde el municipio de La Guardia, pasando por Tui hasta Vigo). Esta línea durante los días laborables funciona cada media hora a partir de las 8:00 de la mañana hasta las 20:00 de la tarde, mientras que en días festivos pasa cada hora y media. Muchos de los ciudadanos de Tui se quejan de la falta de horarios adecuados a sus necesidades y al tiempo que emplea este medio en llegar al destino (al tener varios puntos de parada, es mucho más lento que el transporte privado).

Otro de los inconvenientes de usar la línea regular de autobús es las pocas paradas que tienen en las parroquias interiores de Tui, ya que estas no cuentan con el mismo servicio de transporte que el centro urbano. Lo que obliga al ciudadano a tener un vehículo propio para desplazarse al centro urbano.

Lo mismo sucede con el transporte ferroviario existente en Tui, que cuenta con dos estaciones de tren, una en la avenida de la Concordia y otra en la parroquia de Guillarei. Este tipo de transporte sólo cuenta con dos trayectos al día de salida²⁰, uno a media mañana y otro a última hora de la tarde, por lo que los habitantes de Tui no emplean este medio de transporte para ir a trabajar.

Uno de los problemas que provoca la poca utilización del transporte público, es el congestionamiento de las ciudades, además de muchos otros problemas relacionados con el medio ambiente.

El hecho de utilizar vehículos privados para el desplazamiento por la ciudad, es un factor a tener en cuenta en el planeamiento de la ciudad, ya que requiere un mayor número de plazas de aparcamiento.

¹⁹ La empresa a la que pertenece esta línea es ATSA y los datos son extraídos de su página oficial.

²⁰ Datos consultados en la página oficial de RENFE.

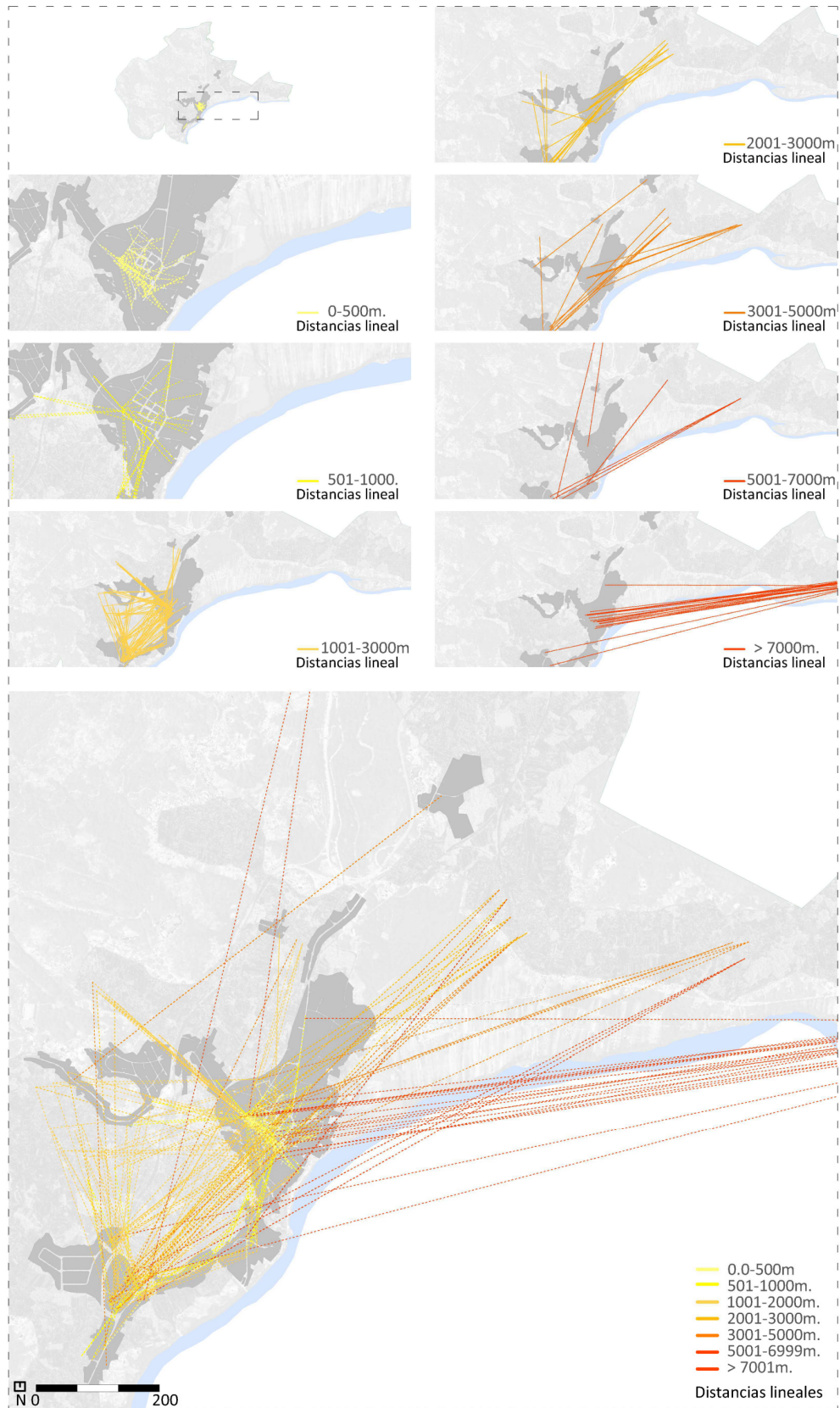


Fig. 95 **Distancias lineales que recorre la población para acceder a sus compras en Tui.** En la imagen superior se puede observar que la mayoría de los tudenses recorre entre dos y siete kilómetros para realizar sus compras por lo que necesitan un medio de transporte que facilite el desplazamiento hacia estos lugares de compra, ya que a partir del kilómetro las personas no suelen cargar con las bolsas de compras.

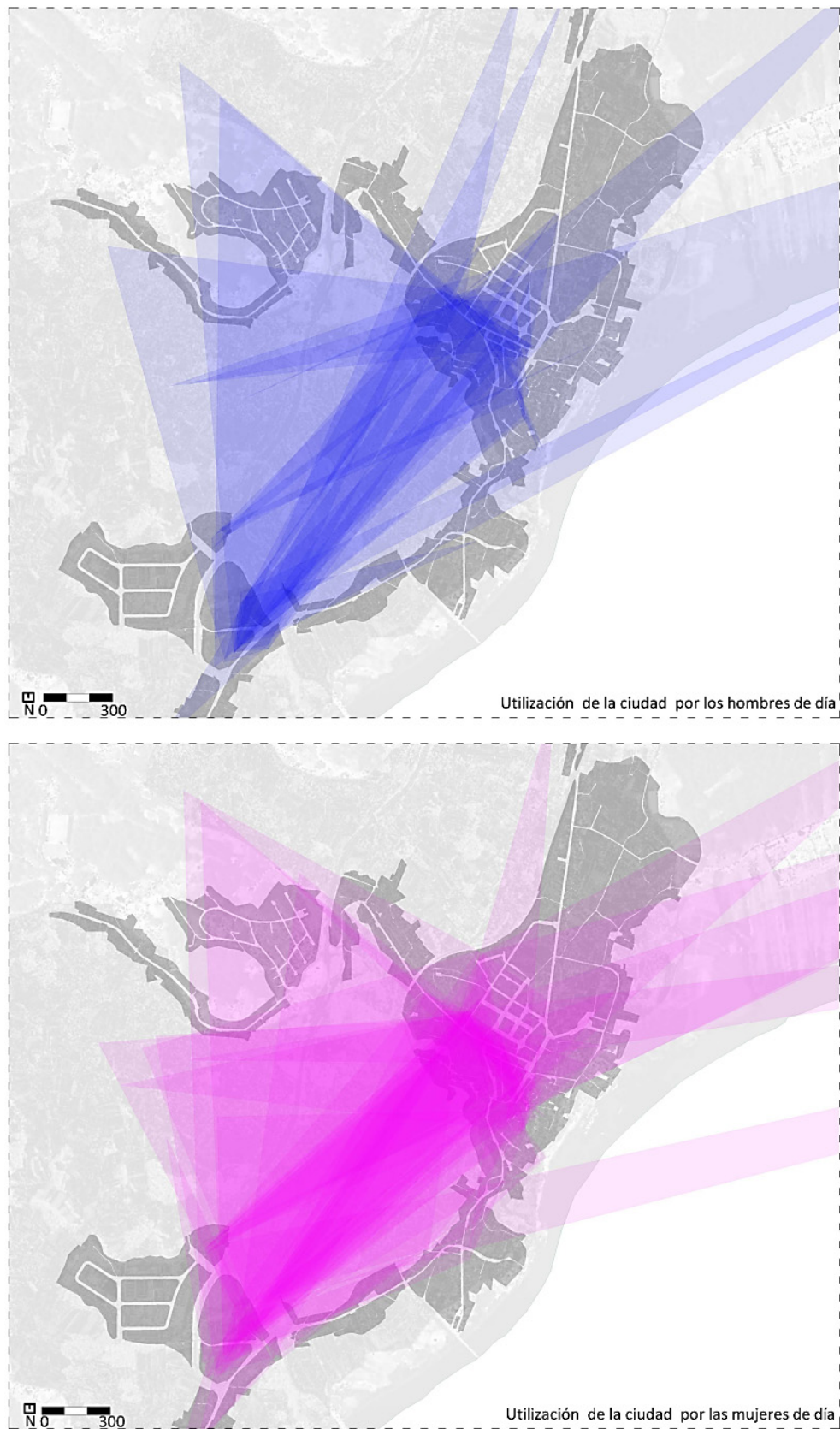


Fig. 96. **Utilización de la ciudad por hombres y mujeres durante el día.** A través de la unión de los diferentes lugares que frecuenta la población podemos comparar el uso de la ciudad de ambos sexo. En Tui tanto los hombres como las mujeres utilizan la ciudad de una forma muy parecida aunque el sector masculino concentra su actividad en la calle Augusto González (coincide con la calle de los bancos y ferreterías), mientras que la mujer utiliza más área del centro,

En el caso de Tui, son muchas las personas que se quejan de la falta de aparcamiento, como se recogió anteriormente en la pregunta 5.1.3. En el centro urbano existe aparcamiento en la zona nueva y en el aparcamiento del área panorámica. Sin embargo en el centro histórico las zonas de aparcamiento son casi nulas, aunque el nuevo plan de rehabilitación del casco histórico prevé aumentar el número de plazas de aparcamiento como se muestra en el siguiente capítulo.

Una de las preguntas realizadas en batería fue si tenían plaza de aparcamiento. La respuesta a esta cuestión fue que un 66% de la población tiene plaza de aparcamiento frente a un 34% de los encuestados que no la tiene.

Si analizamos estos datos, situando a los encuestados por su dirección, se observa que muchas de las personas que contestaron negativamente a la pregunta, viven en zonas más rurales y en casas con fincas cerradas, por lo que pudieron contestar negativamente a no tener un lugar concreto en su casa para poder estacionar el vehículo, aunque lo estacionen dentro de su propio recinto. De ahí a la contestación en negativo de la respuesta.

Sin embargo, al observar la figura 100, se percibe como en el centro histórico, en la zona nueva y en la avenida de Portugal algunos de los encuestados no tiene plaza de aparcamiento viviendo en edificios (dichas zonas están formadas en casi su totalidad por edificios, exceptuando el centro histórico que lo componen viviendas unifamiliares y no poseen plazas de aparcamiento debido a su tipología). Como consecuencia al tener vehículo propio estacionan en la calle y ocupan una plaza de aparcamiento que podría ser utilizada por personas que acuden a la ciudad en momentos puntuales.

Este factor es uno de los que más afecta directamente al comercio, puesto que la mayoría de personas que acude a comprar o a adquirir algún servicio al centro de la ciudad, desea estacionar cerca del lugar. Este es uno de los principales factores por los que funcionan las grandes áreas comerciales ya que están situadas en sitios estratégicos de fácil acceso y con grandes áreas para el estacionamiento.

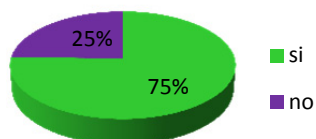


Fig. 97 Vehículo propio

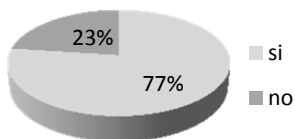


Fig. 98 Conduce habitualmente

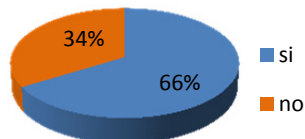


Fig. 99 Plaza aparcamiento

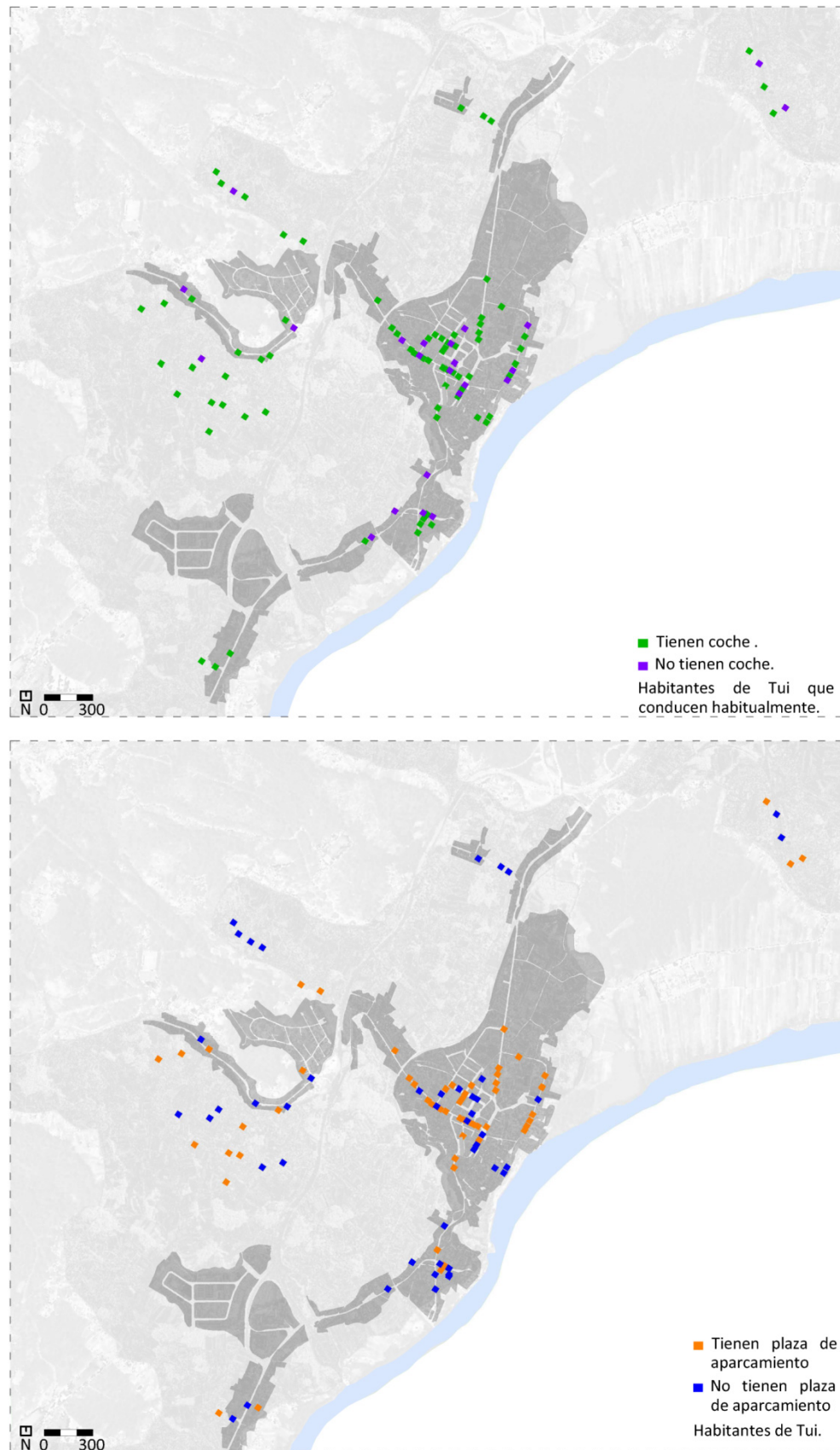


Fig. 100. Representación de los encuestados según tienen vehículo propio y plaza de aparcamiento.

5.2. Análisis del comercio y sus factores directos.

En este apartado se pretende analizar a través de 5 preguntas, los lugares a los que acude a comprar la población y los factores que conllevan a ello, ya que no sólo afecta el tipo de uso de los establecimientos. Para ello se interrogó a la población a través de estas cuestiones: indica tres lugares a los que sueles ir a comprar en Tui, ¿Con que frecuencia sueles comprar fuera de Tui?, ¿Qué tipo de comercio necesita/falta en Tui?, ¿Son adecuados los establecimientos comerciales a tus necesidades? y por último, indica tres lugares fuera de Tui a los que acude a comprar.

5.2.1. Indica tres lugares a los que sueles ir a comprar en Tui. Nombre del establecimiento y calle.

Una vez identificados los establecimientos del centro urbano de Tui a través de las fichas de levantamiento, se crea la necesidad de preguntar en la encuesta a qué lugares acuden normalmente a comprar. A través de esta pregunta abierta (respondida por un 99,3% de la población), se pretende identificar cuáles son los establecimientos de mayor reclamo en el centro de Tui y también en los barrios periféricos.

Otro de los objetivos que se pretende con la formulación de la pregunta es la comparación entre grandes áreas comerciales y los pequeños establecimientos, ¿Es cierto que las personas prefieren las grandes áreas comerciales?, así como también la comparación por grupos entre hombres y mujeres y según la edad para observar las diferencias.

Una vez recogidos los datos y agrupados según el nombre de los establecimientos se obtiene como resultado, la predominancia del sector alimentario frente a cualquier otro sector, como comercio habitual de compras. El establecimiento al que acuden más personas según la encuesta es el Froiz situado en la calle Casal Aboy, seguidamente por Gadis, Día y Lidl (figura 101).

Este hecho demuestra que existe cierto predominio de grandes cadenas comerciales, frente a los pequeños establecimientos individuales. Todos ellos cuentan con un área comercial superior a los demás establecimientos que existen en Tui. El Gadis, Lidl y Día se sitúan a las afueras del centro urbano. Estos se encuentran próximos a la salida de la autovía A-55, por lo que poseen una localización estratégica frente a los demás establecimientos.

Uno de los motivos principales por los que se acude a comprar a estos establecimientos es la cuestión de la accesibilidad. Barreta (2012, pág. 78), expone lo siguiente:

“... a proximidade de lojas que oferecem bens e serviços básicos, em especial lojas de produtos alimentares, é cada vez mais importante para a população idosa (17% da população da EU já tem 64 anos ou mais), para as pessoas com deficiência (15% da população da EU) ou para as populações mais isoladas...”

Uno de los mayores problemas que posee Tui a nivel urbano es la falta de aparcamiento como ya se mencionó anteriormente, por lo que estos establecimientos ofrecen gratuitamente la posibilidad de poder estacionar su vehículo en su propio aparcamiento. Otra ventaja a su favor de estas grandes superficies es la proximidad de unos establecimientos respecto a otros, ya que el consumidor tiene mayores posibilidades de comparar precios y encontrar los productos que busca, bien sea en un u otro establecimiento.

El tema del aparcamiento es fundamental como se demuestra a través de las respuestas de los encuestados ya que, el mismo establecimiento con o sin aparcamiento influye en la afluencia de personas. Un ejemplo de ello es el Froiz situado en la calle Casal Aboy en la que posee parking propio (tiene una afluencia del 38% de los encuestados), mientras que el mismo establecimiento situado en la calle Corredera (8% de afluencia) al no tener aparcamiento su afluencia disminuye considerablemente. Lo mismo sucede con el Dia del centro urbano Y el Dia situado en Areas.

Si analizamos estos datos diferenciando hombres y mujeres (figura 101), observamos como existen pequeñas diferencias en cuanto a los establecimientos frecuentados por hombres y mujeres. Los hombres, al igual que las mujeres, el tipo de establecimiento más frecuentado es el sector de la alimentación. Sin embargo existen otros sectores como el menaje, concretamente en establecimientos dedicados a la ferretería en el que dominan los hombres (ferretería Baixo Miño, ferretería Cortegoso, ferretería Freiría). Opuestamente a esos datos, se observa que la mujer tiene predominio sobre el hombre en el sector textil (Pleno Modas, volvoreta, Zarifa, Outlet...) siendo ellas casi exclusivamente las que acuden a este tipo de establecimientos de forma habitual.

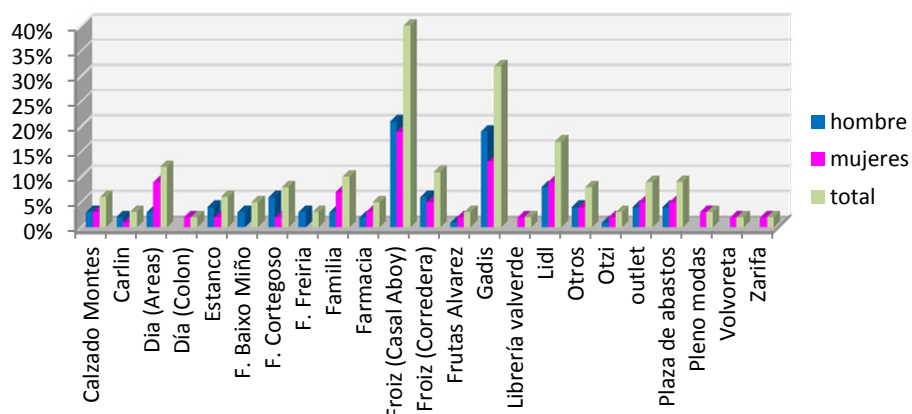


Fig. 101. Establecimientos a los que acuden los encuestados de Tui según género.

Además de mostrar las diferencias entre los diferentes establecimientos frecuentados por hombres y mujeres en el gráfico, se observa que las mujeres acuden a más establecimientos de compras que los hombres. Estas suelen acudir a varios establecimientos al día y no le costaba responder a la pregunta de inmediato, es más podían nombrar más de tres locales comerciales sin pensar. Sin embargo el hombre le costaba nombrar más de dos. Esta situación demuestra que las mujeres hacen un uso de la ciudad mayor que el hombre, pues se desplazan con mayor frecuencia a diferentes lugares en un mismo día.

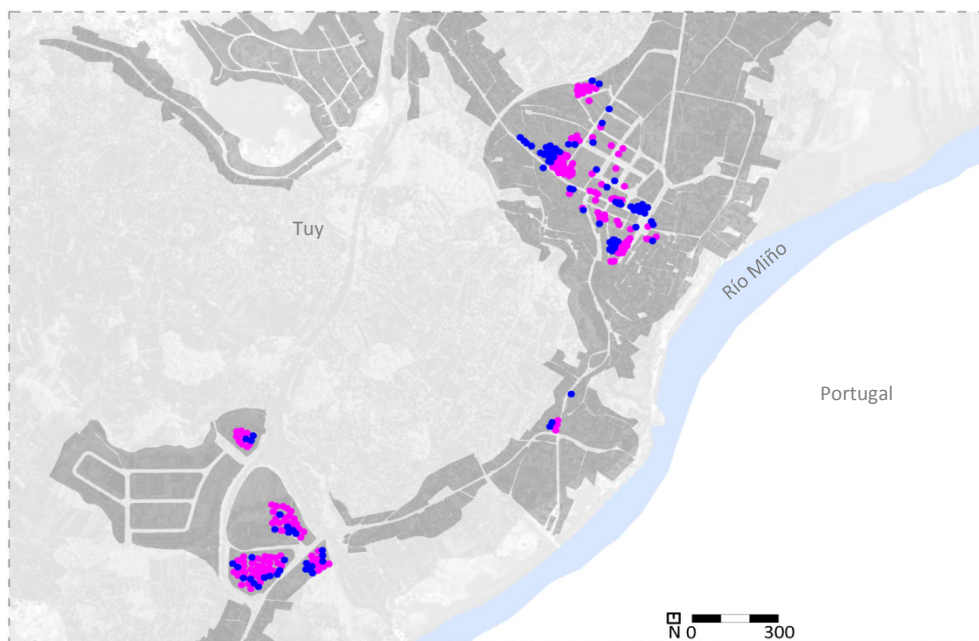


Fig. 102. Representación espacial de los lugares a los que acuden a comprar según hombres y mujeres.

En cambio, si comparamos los datos obtenidos de la respuesta del cuestionario, se observan grandes diferencias. A pesar de que la alimentación es el sector predominante en todas las edades, se puede diferenciar que los grupos más jóvenes comprendidos entre 15 y 35 años tienen mayor presencia en comercios relacionados con el ocio y la cultura como por ejemplo librerías y en los establecimientos de mayor superficie como el Gadis o el Lidl.

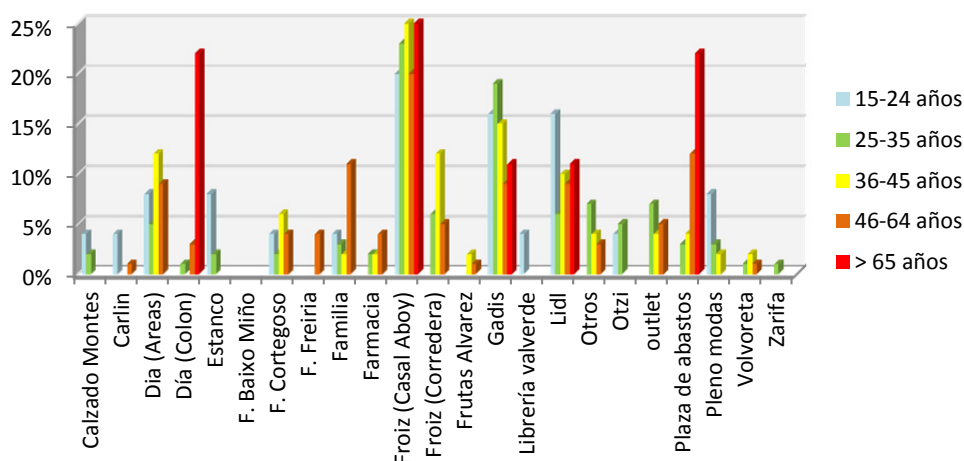


Fig. 103. Establecimientos a los que acuden a los encuestados de Tui según edad.









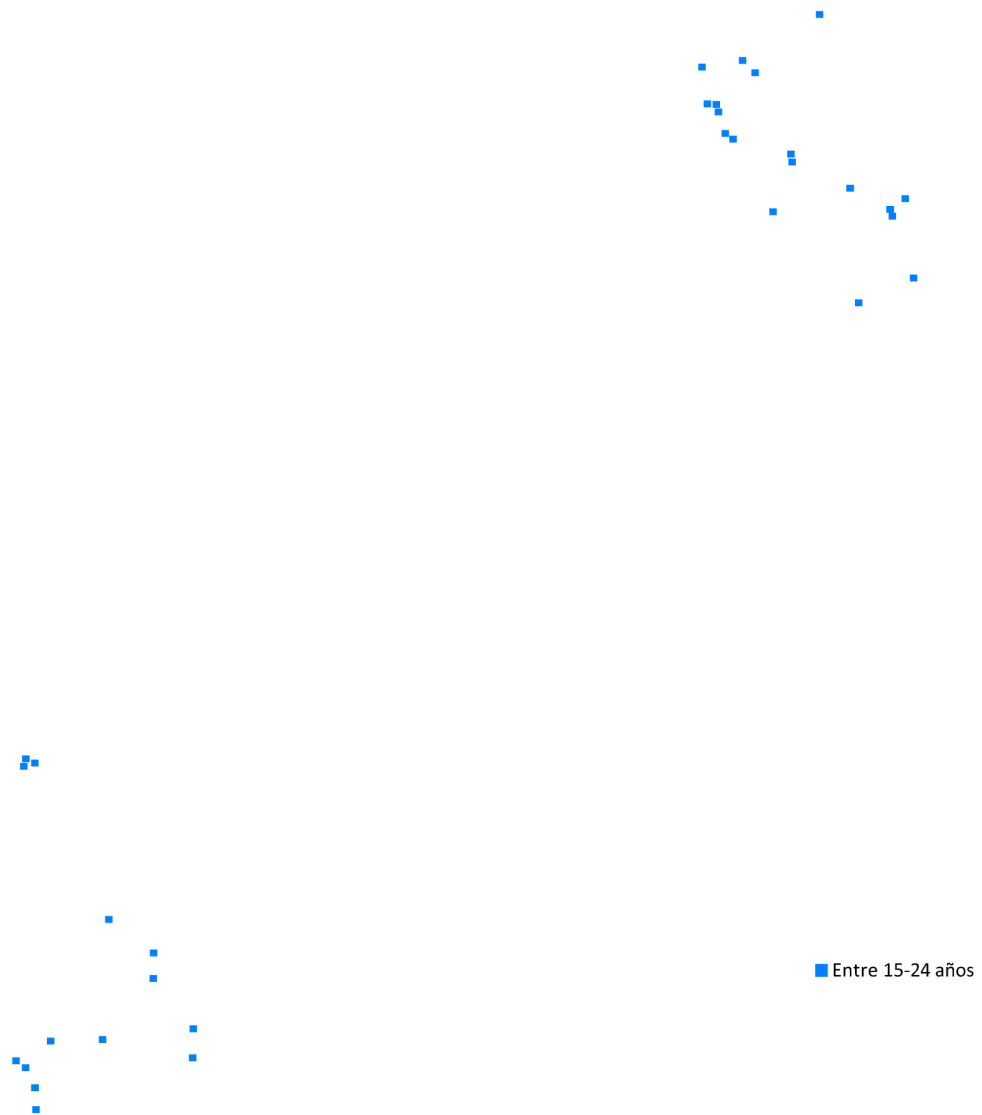




Fig. 104 . **Representación espacial de los lugares a los que acuden a comprar según el grupo de edad.** En este diseño se aprecia la distribución espacial de los diferentes grupos de edad, destacando el grupo comprendido entre 46-64 años que utiliza la ciudad de forma más dispersa.

Sin embargo el grupo de edad comprendido entre los 46 y 64 años tiene presencia en todos los sectores. Por lo que su desplazamiento por la ciudad de Tui es mucho más disperso que los otros grupos de edad como se puede comprobar en la figura 102.

A pesar de tener pocos representados en el grupo de mayores de 65 años para obtener unos testimonios más reales, todos los encuestados en este grupo respondieron los mismos establecimientos, por lo que se le otorga validez a los datos. Cabe destacar de este grupo que sólo señala como lugares habituales de compra los establecimientos dedicados a la alimentación. Se esperaba que estos respondieran que acudían a comprar a los establecimientos del centro y más antiguos debido a esa memoria colectiva e histórica de las personas. Sin embargo se comprueba que este grupo de edad acude también a grandes superficies alimentarias de alimentación. Este hecho está claramente influenciado por el factor de la accesibilidad como se exponía anteriormente con la frase de Barretas. Cada vez son más las personas con mayor edad presentes en Tui, que ven como sus capacidades físicas disminuyen con el paso del tiempo y las grandes superficies se adaptan a ello.

A través del análisis de esta pregunta se extraen diversas conclusiones. En primer lugar, la ausencia de establecimientos comerciales en el centro histórico provoca la ausencia de personas en sus calles quedando estas vacías durante el día. La parte más comercial de la ciudad se localiza en la nueva zona de expansión, dejando a un margen como ya se ha dicho el centro histórico y a su vez la inexistente relación entre centro histórico-comercio-margen fluvial.

Por otro lado la falta de aparcamiento en el centro urbano de Tui, junto con la falta de accesibilidad en la mayoría de los establecimientos (como se recoge en el capítulo 4) hace que las personas prefieran comprar en grandes áreas comerciales porque ofrecen este tipo de servicio, aunque si existen lugares en el centro urbano con características similares estos prefieren el centro urbano como se demuestra en el caso de Tui con el supermercado Froiz.

5.2.2. ¿Son adecuados los horarios de los establecimientos comerciales a tus necesidades?

Uno de los mayores problemas al que se enfrentó el pequeño comercio fue la aparición de grandes áreas comerciales y con ellas el amplio horario comercial que ofertan (Balsas, 1999). Por ello se pretende a través de esta pregunta saber si los horarios comerciales son adecuados a las necesidades de los ciudadanos de Tui.

Esta cuestión se plantea como una pregunta cerrada con dos únicas respuestas, una respuesta afirmativa o negativa. Al tratarse de una pregunta corta y con

respuesta inmediata en los encuestados, han respondido a la cuestión el 100% de los encuestados.

Los horarios comerciales en Tui, se rigen por la ley 13/2006 del 27 de Diciembre, gozando de libertad para fijar sus horarios comerciales y respetando como máximo 12 horas al día. Además los establecimientos podrán abrir los domingos al ser declarada Tui en Octubre de 2012, como una ciudad de interés turístico, lo que amplía la libertad en los horarios comerciales a todos los días del año.

Sin embargo a pesar de esta libertad de horario, los pequeños comerciantes en el centro urbano mantuvieron sus horarios comerciales, generalmente todos los establecimientos abren en horario de 10:00 a 13.30 y de 16:30 a 20:30 de lunes a sábado permaneciendo cerrados los domingos. Los establecimientos con mayor área comercial como el Froiz, Gadis, Lidl o Dia permanecen abiertos de 9:00 a 21:00. La única excepción que abre todos los días del año es el centro comercial Outlet, ya que los pequeños comerciantes no pueden asumir abrir los domingos puesto que, necesitarían contratar más personal y el sector no estaría pasando su mejor momento.

Una gran mayoría de los encuestados (el 75% de los encuestados) han respondido a esta pregunta afirmativamente, mientras que un 25% responde que los horarios comerciales no se adaptan a sus necesidades. Estos últimos se reparten entre los grupos de edad de 15 a 64 años en partes iguales, exceptuando los mayores de 65. Este hecho demuestra que las personas mayores de 65 años al no trabajar pueden ir a comprar en cualquier momento. Sin embargo los encuestados activos responden que no se adecuan sus horarios laborales con los horarios del pequeño establecimiento, ya que actualmente existen nuevos modelos de vida en los que las personas prefieren hacer la compra los fines de semana o después de los horarios del trabajo. Este hecho es también uno de los motivos por los que las personas eligen grandes superficies.

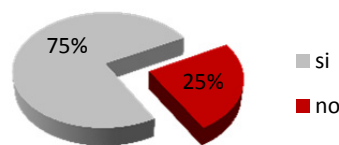


Fig. 105. Porcentaje de los encuestados sobre si están de acuerdo con los horarios comerciales.

5.2.3 Indica tres lugares fuera de Tui a los que acude a comprar.

Uno de los puntos claves para poder realizar un proyecto de urbanismo comercial, es analizar la demanda y la oferta comercial de la zona. Una vez analizada la oferta comercial en anteriores capítulos y apartados se pretende analizar la demanda de otros establecimientos próximos a Tui.

El objetivo principal de esta cuestión es obtener respuestas sobre lo que el ciudadano de Tui busca en otros municipios, ¿Será que lo que demanda el

ciudadano de Tui no se encuentra en su ciudad? O por el contrario se encuentra en la ciudad pero prefiere por otros motivos obtenerlo de otros municipios próximos. A través de la contestación del 98% de los encuestados a esta cuestión se pretende obtener una respuesta clara.

Los establecimientos más demandados por los ciudadanos de Tui fuera de su municipio se sitúan principalmente en Vigo y Porriño, localidades muy próximas en tiempo y distancia al municipio. (figura 106)

Estos establecimientos se caracterizan principalmente por ser grandes superficies comerciales, estar situadas próximas a una entrada o salida de una autovía y tener una amplia parte de su superficie dedicada a estacionamiento. La mayoría de estos establecimientos pertenecen a grandes cadenas textiles y alimentarias distribuidas por diferentes países.

Para realizar el análisis se agruparon las respuestas por establecimientos, pero también por centros bien sea centros comerciales como es el caso de Gran Vía o de Travesía o centros característicos de compras como es el caso de Porriño o la calle Príncipe de Vigo, puesto que las respuestas obtenidas mediante el cuestionario no especificaban todas el establecimiento comercial, si no que aludían al nombre del centro comercial o la zona del municipio.

Uno de los lugares con mayor afluencia es el centro comercial Gran vía en Vigo, seguido del Alcampo y Travesía. Estos se caracterizan principalmente por tener una oferta muy variada en productos alimentares y textiles. Estos cuentan además con zonas de ocio (cines o restaurante) y servicios (guarderías y cajeros).

Una vez conocido los establecimientos que acuden a comprar fuera de la ciudad de Tui sus habitantes se analizan los resultados separándolos en dos grupos: Según género y según la edad.

Respecto al primer grupo observamos que no existen grandes diferencias entre los hombres y las mujeres (figura 107). En casi todos los establecimientos comerciales predomina la presencia mayoritaria de la mujer a excepción del Decathlon (establecimiento característico por su dedicación a la venta de material deportivo) y de otros establecimientos. En el primer caso, reafirma el gusto de los hombres por el deporte y la naturaleza²¹, mientras que la mujer tiene preferencia por establecimientos que ofrezcan ropa menos deportiva. En el segundo caso, cuando los hombres se decantan por la opción de otros establecimientos normalmente son establecimientos dedicados al menaje como tiendas dedicadas a la venta de material de construcción o ferreterías.

²¹ En el apartado 5.1.1 los hombres elegían como los lugares más representativos de Tui los naturales frente a la mujer que prefería los elementos edificados.

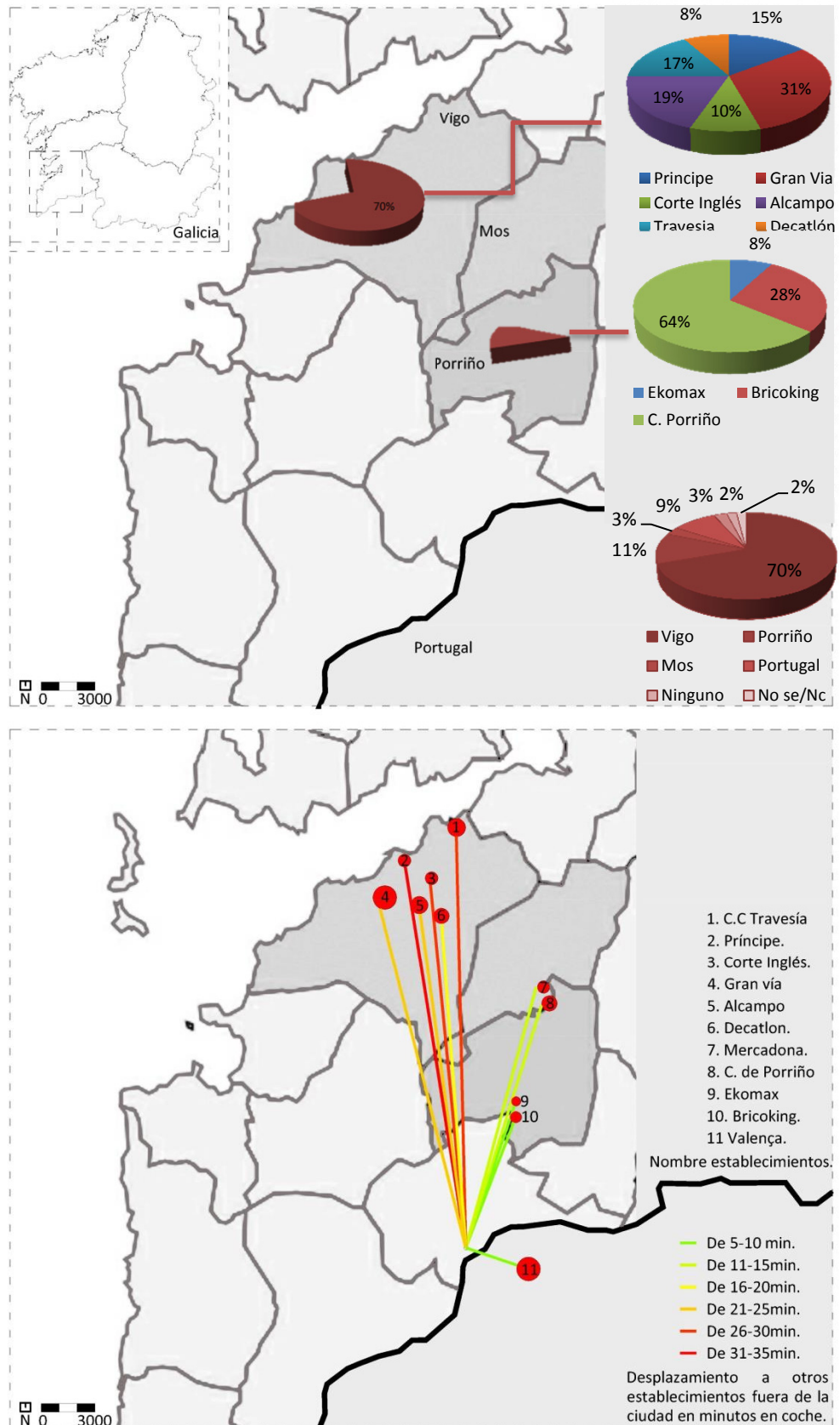


Fig. 106. Representación de los establecimientos comerciales según el porcentaje de afluencia de los habitantes de Tui y según la distancia de desplazamientos desde la entrada de la autovía hasta los establecimientos en minutos.

Sin embargo al comparar estos datos según la edad, obtenemos grandes diferencias. En primer lugar los grupos de edad comprendidos entre 15 y 35 años se caracterizan por acudir a grandes superficies comerciales dedicadas al sector textil, al del calzado y que ofrecen una importante área dedicada al ocio y a la cultura.

Sin embargo la franja de edad comprendida entre los 36 y 64 años de edad se centra más en establecimientos que pertenezcan al sector alimentario, al igual que los mayores de 65 años, a pesar de estos últimos ser el grupo que mayor abstención tuvo al contestar esta pregunta.

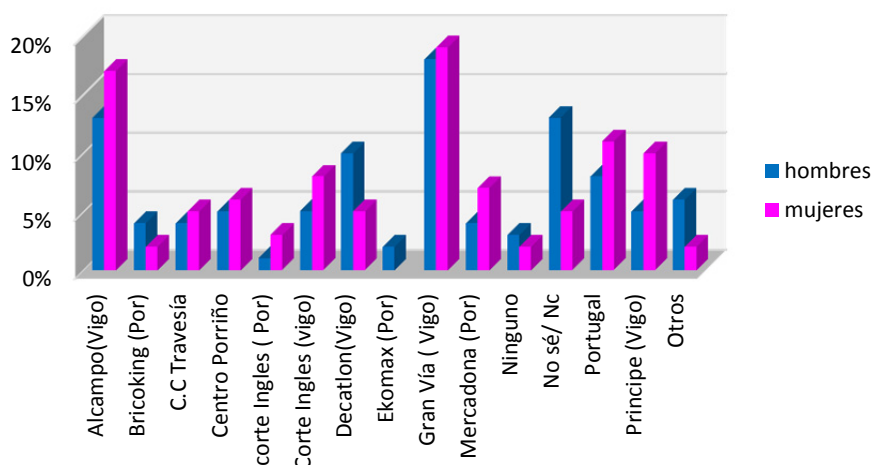


Fig. 107. Porcentaje según género de tudenses en otros establecimientos fuera del municipio.

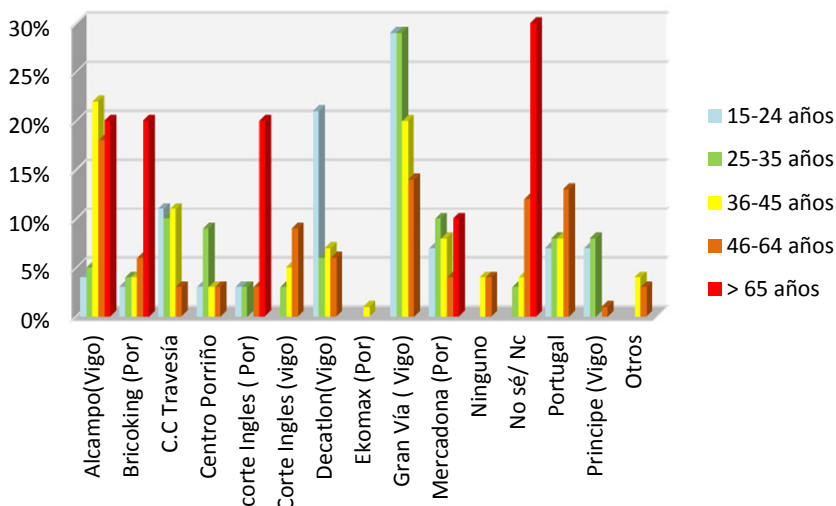


Fig. 108. Porcentaje según edad de tudenses en otros establecimientos fuera del municipio

Se puede afirmar tras los resultados obtenidos de esta pregunta que la gente joven prefiere grandes áreas comerciales, ya que busca comprar en grandes cadenas comerciales a un precio más económico que el pequeño comercio no puede asumir, pero también entiende el área comercial como un área de relación

social en la que existe una mayor diversidad de establecimientos de compra y de ocio y cultura.

Sin embargo, los tudenses de mediana edad y mayores de 65 años, buscan obtener productos a un precio mucho más económico del que puedan conseguir en su municipio, en el sector de la alimentación.

A todo esto, hay que tener siempre el factor de la accesibilidad presente, bien sea a su situación estratégica (en apenas unos minutos se puede llegar a cualquier establecimiento), o través de otros factores como pueden ser áreas de aparcamiento próximas o la inexistencia de barreras arquitectónicas en este tipo de establecimientos.

Muchos de estos componentes que ofrecen este tipo de áreas el centro de Tui no los ofrece actualmente, especialmente la zona de estacionamiento. Mientras que otros son ofrecidos de manera puntual y no continuada como por ejemplo animaciones socioculturales en la calle.

5.2.4 ¿Con qué frecuencia acude a comprar fuera de la ciudad de Tui?

Una vez preguntado por los lugares a los que suelen comprar fuera del municipio de Tui, es necesario saber con qué frecuencia acuden los tudenses a comprar fuera del municipio. Para ello se establece esta cuestión de forma categorizada en cinco respuestas: cada día, 1-2 veces por semana, 1-2 veces al mes, cada 3 meses o cada 6 meses.

Cabe mencionar que el 100% de los encuestados respondieron a esta pregunta por lo que se pudo obtener un resultado mucho más fiable. A través de estas respuestas se pretende saber si las personas que respondieron a la anterior pregunta usan frecuentemente estos establecimientos como una costumbre o en ocasiones puntuales. Además se analizarán estas contestaciones según edad y género para observar que grupos muestra menor apego al comercio de su ciudad.

Como se muestra en el gráfico (figura 109) tras las contestaciones de los encuestados, se pone de manifiesto que un 21% de los encuestados acude a comprar fuera del municipio entre una y dos veces por semana y un 36% lo hace de manera habitual entre una y dos veces al mes. El hecho de que más del 57% compre de manera habitual fuera de la ciudad de Tui supone un serio problema para el pequeño comercio tudense, aunque un 25% de los encuestados acude a realizar sus compras fuera de la ciudad una vez cada seis meses.

Si analizamos la información según género se observa que la mujer acude con mayor frecuencia a compra fuera de la ciudad y que disminuye el porcentaje de compra cada 6 meses respecto a los hombres. Sin embargo si comparamos por

grupos de edad, obtenemos que los grupos más jóvenes acuden con mayor frecuencia a comprar fuera de su ciudad y que según aumentan la edad disminuye la frecuencia en la que lo hacen.

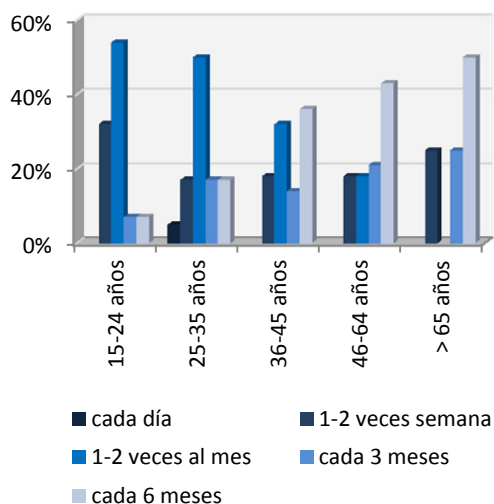


Fig. 109. Porcentaje de frecuencia de compras fuera de la ciudad de Tui según edad.

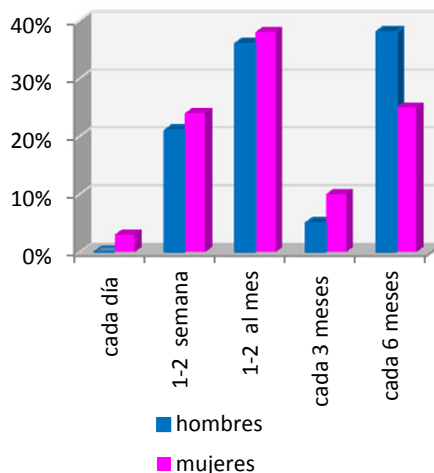


Fig. 110. Porcentaje de frecuencia de compras fuera de la ciudad de Tui según género.

Al comparar estos datos con el lugar en el que habitan (figura 109), se observa que muchas de estas personas que acuden frecuentemente a comprar fuera de su ciudad viven en el centro de Tui, lo que es un hecho relevante a tener en cuenta a la hora de iniciar un proyecto de urbanismo comercial. Las personas que no viven en el centro urbano son mucho más fieles en sus compras con el pequeño comercio de su localidad, mientras que las personas que viven en el centro son más propensas a comprar fuera de su ciudad.

Este hecho puede deberse a diversos factores, no tanto relacionado con el estacionamiento, pues pueden realizar sus compras a pie sin utilizar su vehículo. Estos factores se deben principalmente a la búsqueda de establecimientos que no se encuentran en el centro urbano (como se demostró con la pregunta anterior) y a los horarios de los establecimientos comerciales, ya que mucha de la población de Tui trabaja fuera del municipio y los centros comerciales periféricos poseen horarios de apertura mucho más amplios.

La realización de esta pregunta y sus posteriores respuestas, demuestran que las personas más jóvenes y las que habitan en el centro sienten la necesidad de comprar en grandes establecimientos fuera de su ciudad, factor a tener en cuenta a la hora de realizar un proyecto de urbanismo comercial puesto que las personas más jóvenes son las herederas de la ciudad y de sus hábitos para la supervivencia del pequeño comercio tradicional.

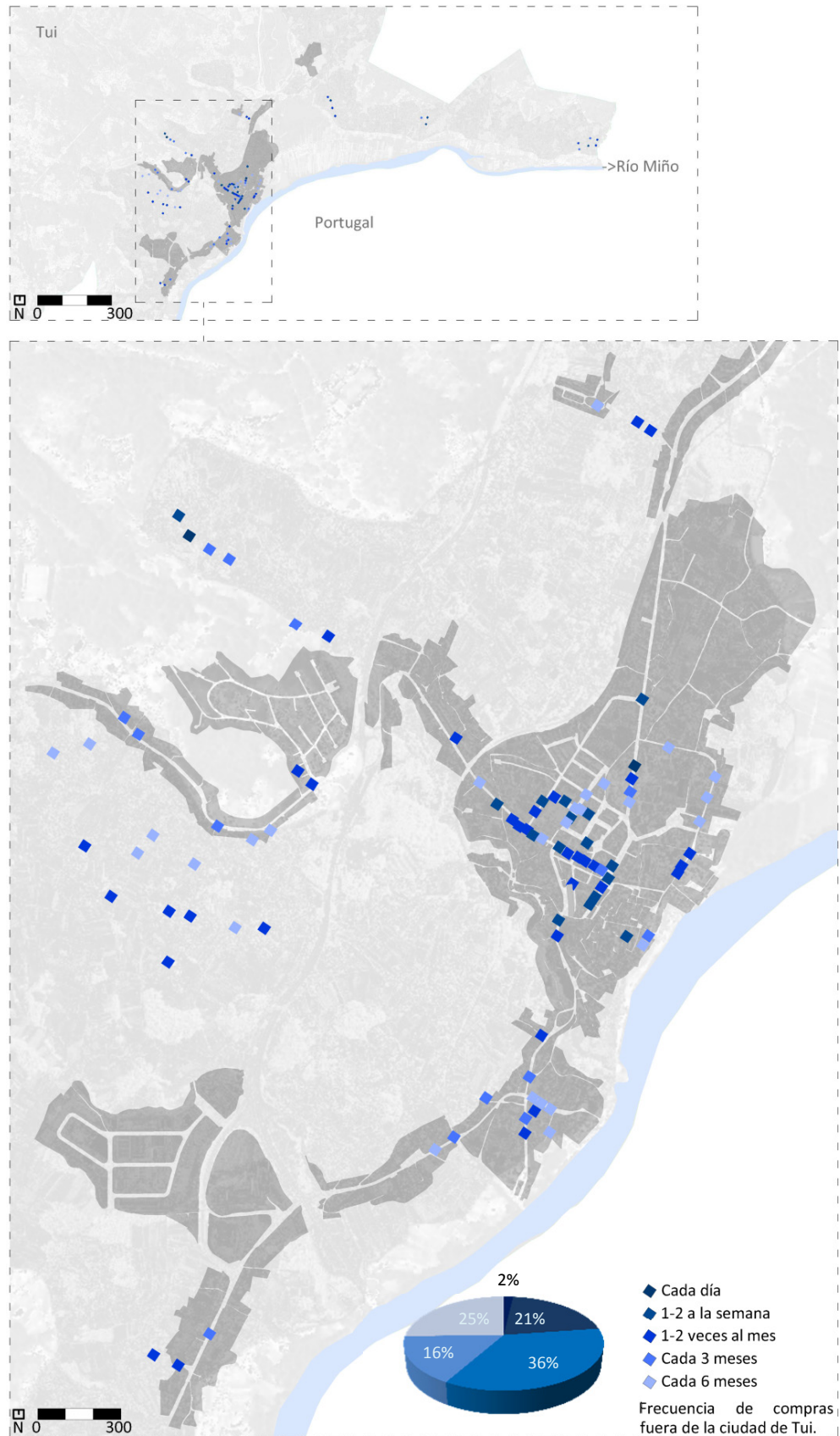


Fig. 111. Representación de la frecuencia a la que acuden a comprar los ciudadanos de Tui fuera de su ciudad según su domicilio.

5.2.5 ¿Qué tipo de comercio necesita/falta en Tui?

Por último esta fue una de las preguntas que se realizó en el cuestionario, de manera abierta para que los ciudadanos pudiesen expresar que tipo de establecimiento echan en falta en el centro urbano de Tui. A través de esta cuestión se pretende que el ciudadano de Tui exponga su opinión para completar en el centro urbano de Tui, si fuese necesaria la demanda de establecimientos.

A esta pregunta respondieron un 79% de los encuestados, mientras que un 21% se abstuvo de contestar. Es la cuestión, con mucha diferencia, que más abstención presenta a lo largo de la encuesta. Esta situación puede estar relacionada con el tipo de pregunta, pues se trata de una pregunta en la que el ciudadano se tiene que parar a pensar y no es tan inmediata como las anteriores.

De las múltiples respuestas que contestaron los ciudadanos de Tui (la mayoría de ellas no responden a establecimientos comerciales, sino a equipamientos o servicios), se agruparon de la siguiente manera: ocio, alimentación, ropa y calzado, servicios y centros comerciales. Este último no se incluye ni en la categoría de ropa y calzado ni en la de ocio puesto que podría encajar en ambas. Una parte de los encuestados también respondió que no es necesario ningún establecimiento.

Un 24% de los encuestados respondió que es necesario ampliar la oferta de ocio y cultura de la ciudad. Echan en falta lugares de ocio como pistas o parques deportivos donde se pueda practicar deporte, cines, o establecimientos dedicados a la restauración típica del municipio. Mientras el otro porcentaje que le sigue, el 19%, los tudenses piensan que deben existir más establecimientos dedicados a ropa y a calzado. Un porcentaje menor, pero no menos importante es el dedicado a servicios, ya que los ciudadanos de Tui afirman que son necesarios más guarderías y centros de día.

A través de esta pregunta se concluye que los ciudadanos de Tui reclaman más establecimientos dedicados al sector del ocio y al del textil, pero a la vez demandan servicios necesarios para la comunidad que afectan indirectamente al comercio y a toda la estructura de la ciudad, ya que los servicios y los equipamientos dedicados al ocio pueden ayudar a la fijación de la población en el municipio, repercutiendo de manera indirecta en el comercio.

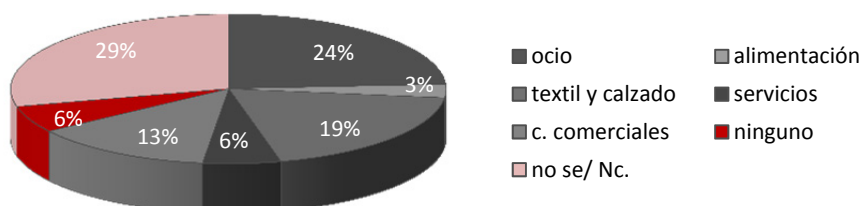


Fig. 112. Establecimientos/Equipamientos necesarios en Tui según los encuestados.

5.3 Síntesis

Una vez analizada las respuestas de los ciudadanos tudenses al cuestionario, se puede realizar una síntesis respecto a ello.

En primer lugar, destacar a Tui como un municipio con elementos iconográficos que representan la ciudad y que los propios tudenses se identifican con ellos. Algunos de estos elementos se encuentran en la ciudad por lo que se deben aprovechar como punto de atracción respecto al comercio.

Otro punto de atracción hacia el centro de la ciudad y en especial hacia la zona histórica son los servicios e equipamientos que la ciudad pueda ofrecer. Sin embargo, el centro de Tui se caracteriza por su monofuncionalismo, la hostelería y zonas de ocio nocturno, funcionando con dinámicas completamente diferenciadas entre el día y la noche (en la imagen de la página siguiente, se puede comprobar este hecho de una manera muy directa). Los ciudadanos de Tui demandan más servicios relacionados con el ocio, además de servicios para la ciudadanía como guarderías o centros de día, que faciliten conciliar la vida laboral con la familiar.

Tanto el monofuncionalismo, del centro histórico, junto con la falta de equipamientos alternativos, provocan que exista un deterioro en el ambiente urbano del centro histórico como también en calles en las que el comercio decayó a lo largo de las dos últimas décadas como es el caso de la avenida de Portugal.

Asimismo, uno de los mayores problemas a los que se somete Tui es el tema de la accesibilidad. Los habitantes de los barrios periféricos tienen que utilizar el coche para desplazarse puesto que no existe transporte público que conecte el centro de la ciudad con la periferia. A este hecho se le suma el congestionamiento que producen en la ciudad. Al usar, la mayoría de los habitantes, el vehículo como forma habitual de desplazamiento, agravado por la falta de aparcamiento en la ciudad, origina que muchos de los habitantes de la ciudad no dispongan de plaza de aparcamiento.

Por último, referente a los comercios existentes, destacar que los más frecuentados son los de uso diario como la alimentación. Sin embargo un importante sector de la población se desplaza habitualmente a ciudades más próximas como Vigo o Porriño para adquirir productos en grandes áreas comerciales. El hecho de los desplazamientos a las grandes áreas comerciales supone un problema para los establecimientos locales ya que estos no pueden evitar competir con grandes cadenas y a este hecho se le suma que las generaciones más nuevas tienen otros hábitos y estilos de vida, llevando una vida más ajetreada, donde el factor tiempo es más importante que la distancia. Este factor hace que las personas más jóvenes de la ciudad no sientan la misma identidad de la ciudad y esta vaya perdiendo relativamente su esencia comercial de centro urbano.

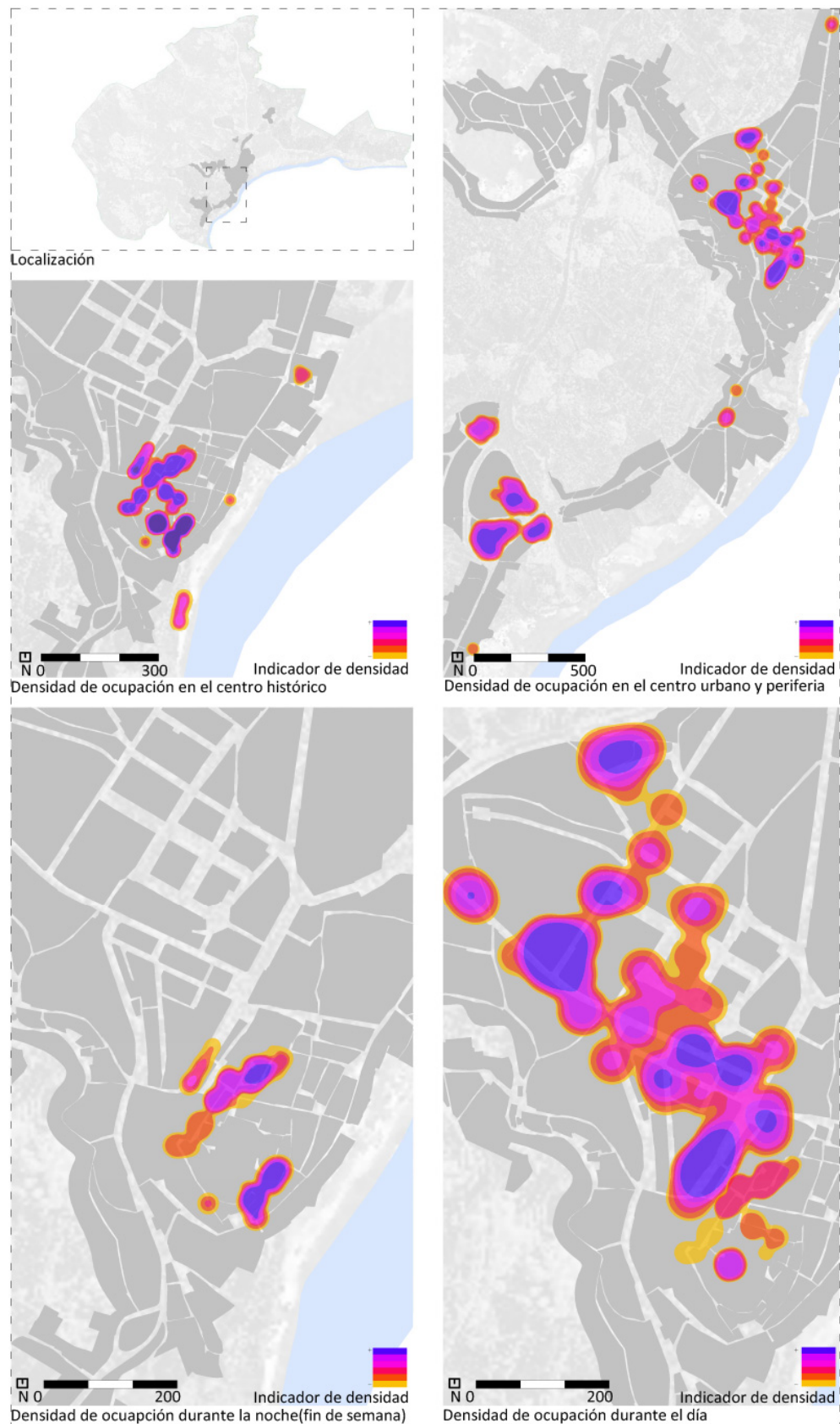


Fig. 113 **Diferentes densidades de ocupación de la ciudad.** A través de los datos recogidos en los cuestionarios de los lugares más frecuentados, el análisis mediante Kernel demuestra una ciudad mucho más difusa durante el día, mientras que durante la noche de los fines de semana toda la actividad se concentra en el centro histórico.

VI. ANÁLISIS DEL CENTRO URBANO DE TUI MEDIANTE LA MATRIZ “4 AS”

Tras el análisis de la oferta y de la demanda de los establecimientos comerciales en los dos capítulos anteriores, el objetivo principal de esta parte del trabajo es analizar el espacio urbano de Tui, parte fundamental para el desenvolvimiento del comercio.

Para ello, se analizará el espacio urbano mediante la matriz de las “4 As” desenvuelta por el Departamento de Ambiente Inglés (DoE, 1994). A través de esta matriz se analizarán los aspectos más relevantes a nivel de la accesibilidad, la atracción, la animación y la gestión de la ciudad. El estudio de estos cuatro factores permitirá junto al análisis de la oferta y demanda definir unos indicadores para la mejora del urbanismo comercial en Tui.

Entre todos los programas más relevantes expuestos en la parte teórica, se ha elegida la matriz de los “4 As” para el desenvolvimiento de esta parte por diversas razones. Una de las principales razones de la elección es el análisis del espacio urbano al que hace referencia esta matriz, pues los otros programas de urbanismo comercial hacen referencia principalmente a la parte económica y de gestión de los programas comerciales. Sin embargo la matriz “4 As” tiene una mayor relevancia en el análisis del espacio urbano y al tratarse de una disertación de arquitectura y urbanismo se ha optado por esta opción. Además esta matriz se adapta perfectamente a la estructura ibérica y permite analizar de una forma clara y rápida los principales aspectos urbanos que afectan al comercio.

Otra de las razones por la que se escogió esta matriz es por el empleo que hace Balsas (1999) de ella en su disertación de *mestrado* en Planeamiento Regional. A través de ella puede mostrar de manera sintética los aspectos más relevantes de las ciudades y les permite hacer comparaciones entre ellas y las nuevas propuestas de urbanismo comercial.

Una vez elaborado el análisis del espacio urbano, se obtendrá los datos suficientes para poder realizar la sistematización y posterior conclusiones de la disertación.

6.1. La accesibilidad

La accesibilidad es uno de los factores más importantes para el desenvolvimiento de una ciudad, y en este caso para el urbanismo comercial.

Los centros comerciales abiertos diseñados en la periferia de la ciudad son caracterizados por buenos accesos de llegada, resultado de dos factores determinantes, la localización cerca de intersecciones o vías principales y la existencia de una zona de aparcamiento.

En el caso concreto del centro urbano de Tui se puede afirmar que está bien comunicado, ya que sus principales accesos se sitúan próximos a la salida de la

autovía A-55. Además se le añade la condición fronteriza y con dos puentes internacionales muy próximos del centro, lo que facilita los desplazamientos de portugueses al centro urbano de Tui.

Una vez en su interior, los centros comerciales proporcionan una mayor libertad al poder deambular por ellos libremente, no existen barreras arquitectónicas para deficientes y cuentan con zonas de carga y descarga para los establecimientos, sin que altere al consumidor al contar con horarios determinados (Balsas, 1999). Estas características que poseen los centros comerciales y que los hacen tan atractivos, son una buena base para desenvolver un proyecto de urbanismo comercial a “cielo abierto”.

La matriz representada por Balsas (1999) sobre el tema de la accesibilidad recoge siete componentes principales de la accesibilidad: los peatones, las bicicletas, los utilizadores con necesidades especiales, el automóvil, el estacionamiento, los transportes públicos y los vehículos de carga y descarga.

Empezando por los **peatones**, el centro de Tui tiene en todas sus calles aceras a ambos lados de las vías. Mientras, en el centro histórico este no posee aceras al tratarse de paseos estrechos, sin tránsito automovilístico (exceptuando la calle Cuenca) y condicionados morfológicamente por las estructuras derivadas de su evolución histórica. Sin embargo, tanto en el centro urbano como en el centro histórico el pavimento de las calles, cuenta con numerosas irregularidades tales como agujeros, pavimentos a diferentes alturas o falta de losas.

Los pasos de peatones situados en el centro urbano de Tui, son demasiado elevados para la mayoría de los usuarios según recogen algunos de los encuestados, al igual que la falta de señalización de determinados lugares a los que se puede acudir a visitar.

Otro de los problemas que muestra Tui respecto a la accesibilidad de los peatones es el congestionamiento de los vehículos de motor en el centro urbano de Tui. La existencia de calles peatonales en parte como el Paseo de la Corredera y, al mismo tiempo el uso de vehículos provoca que el peatón no se sienta cómodo, los comercios pierdan parte de su poder de atracción al estar los escaparates tapados por los vehículos estacionados.

Respecto al uso de las **bicicletas**, el centro urbano de Tui no posee ninguna infraestructura que garantice la seguridad de los ciclistas, ya que no existen vías seguras y tampoco promovían el uso de ellas. Sin embargo el nuevo plan en fase de aprobación, el PEPCHA, prevé el uso de bicicletas en parte del centro histórico, así como también en el centro urbano como recogen el plano extraído del PEPCHA.



Fig. 114. Estudio de las pendientes de las calles según su pendiente y los puntos de estacionamiento de bicicletas que se prevén. En el se señalan dos puntos de estacionamiento y las pendientes para el uso de la bicicleta. No obstante, el centro histórico carecerá de este sistema de uso de bicicletas. Plano extraído del PEPCHA.

El plano de movilidad en la ciudad por el uso de las bicicletas, no hace referencia a la incorporación de carriles bici en la ciudad, por lo que los automóviles, los peatones y las bicicletas deberán compartir espacio de circulación.

Otro tema fundamental respecto a la accesibilidad, son los **utilizadores con necesidades especiales**. A diferencia de un centro comercial cerrado, los utilizadores con movilidad reducida se ven limitados en la utilización del espacio urbano. Referente al espacio del centro urbano de Tui, las malas condiciones del pavimento de las aceras como se mencionó anteriormente junto con el uso de escaleras en vez de rampas, hacen que la movilidad de los deficientes se vea condicionada. Actualmente el PEPCHA recoge el único espacio de adaptación de movilidad para el centro histórico como se muestra en la figura representada a la derecha. Esta adaptación solo se lleva a cabo en una parte del centro histórico y no en todo ello debido a las condiciones físicas del conjunto. Este hecho provoca que el centro histórico no sea accesible para todo tipo de personas. En el plano de la derecha se puede observar la cantidad de escaleras y desniveles que se encuentran en el centro histórico, como también la estrechez de los caminos, tan característico de los centros históricos.

A nivel arquitectónico, cabe mencionar que prácticamente todos los establecimientos comerciales situados en el centro urbano, poseen pequeños escalones a su entrada o las dimensiones de la puerta de entrada son reducidas para la entrada de un minusválido como se pudo observar al realizar el levantamiento de los establecimientos (ver anexo). Los pocos establecimientos que son adaptados a las necesidades de las personas con movilidad reducida son los establecimientos con una superficie mayor, como los supermercados o hipermercados, y los centros comerciales Outlet y Gadis situados en la periferia de la ciudad. La legislación vigente exige la adecuación de los locales comerciales a este tipo de necesidades, sin embargo muchos de los locales tienen una licencia comercial antigua por lo que no se acogen a la mejora de este tipo de necesidades.



Fig. 115. **Entrada a los jardines Troncoso.** Se realiza a través de escaleras de piedras y sin rampa de acceso a los deficientes



Fig. 116. **Entrada a un establecimiento comercial.** Se observa en esta imagen como la entrada al local es a través de varios escalones.

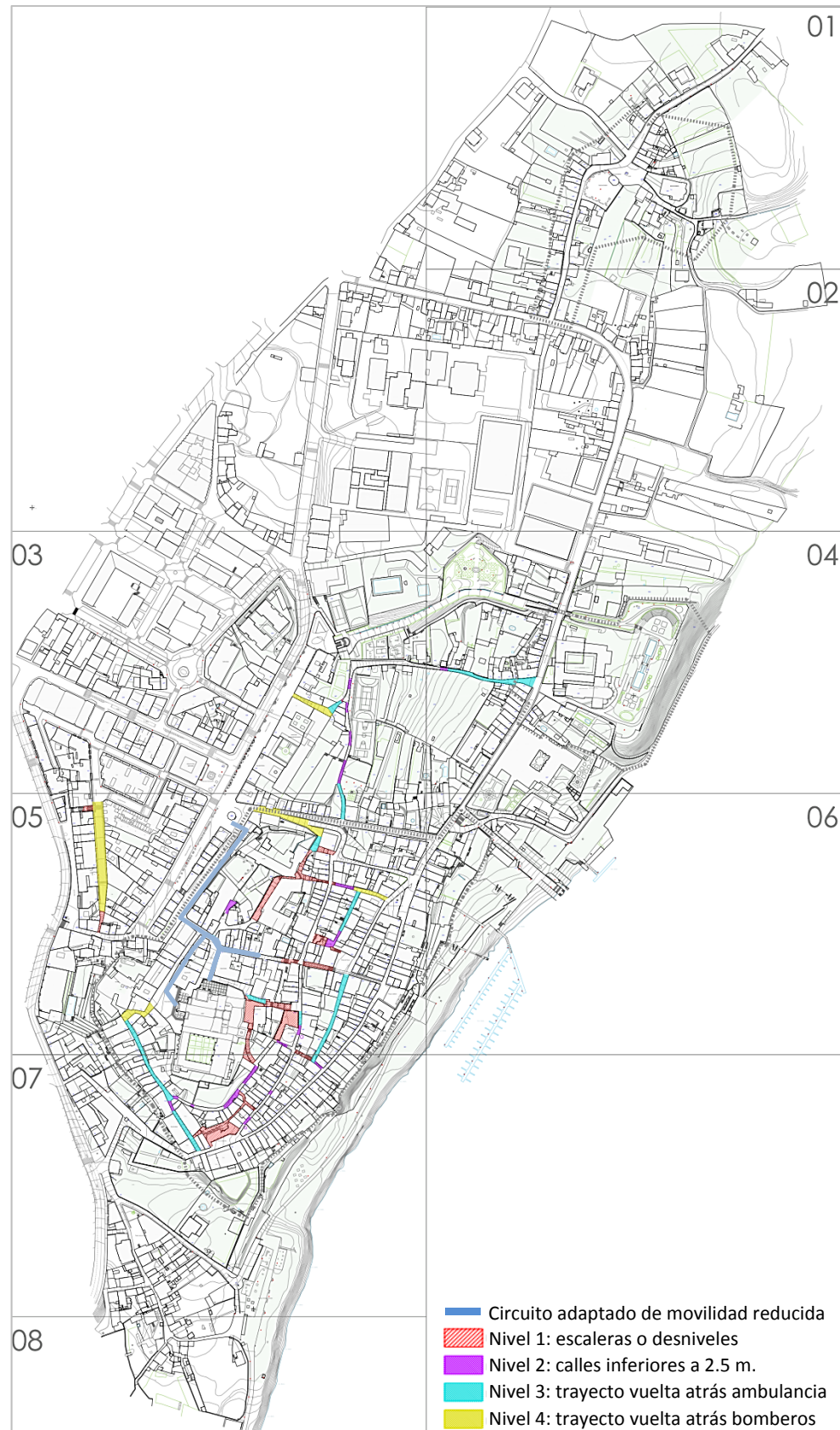


Fig. 117 Transposición de los mapas de movilidad condicionada del PEPCHA. En él se observa como el único lugar adaptado a las usuarios con movilidad reducida en el centro histórico es el tramo en el que está la mayor concentración de servicios públicos (Ayuntamiento, policía Local y Nacional y Seguridad social) y la catedral.

Debido a la alta **utilización del automóvil** en el centro urbano de Tui, existe nivel de congestión en calles como Augusto Besada, La corredera, Casal Aboy y la calle Colón. En estas calles el uso del automóvil, junto con las zonas de aparcamiento sin regular y la cantidad de establecimientos que se encuentran en estas calles, provoca en determinados momentos del día congestión.

Otro de los factores relacionados con la accesibilidad y con la utilización del automóvil es el **estacionamiento**. El estacionamiento en todo el centro urbano de Tui y en el casco histórico es limitado para la cantidad de establecimientos y servicios que ofrece Tui como demandaba la mayoría de la población que realizó el cuestionario. Para solucionar este problema el PEPCHA pretende crear zonas de aparcamiento en la periferia del centro histórico como recoge el plano (figura 116). Estas zonas de aparcamiento se realizarán en varias fases dependiendo sus costes económicos. De esta manera se llevarían a cabo los aparcamientos A y D en un periodo corto de tiempo, el aparcamiento B a medio plazo y por último el aparcamiento C en un periodo largo de tiempo.

También se observa en el centro histórico, vehículos estacionados en los pocos espacios que no están consolidados a nivel construcción. De esta manera el poco espacio público existente en el centro histórico y que podría ser utilizado como plazas o espacios de relación social, están continuamente ocupados. La creación de dichos aparcamientos en la periferia del centro solucionará uno de los mayores problemas que observan los ciudadanos de Tui en su ciudad, el aparcamiento.

Además sería posible una reducción de vehículos estacionados en el centro, si las personas que viven fuera del centro de Tui y de los municipios limítrofes utilizan el **transporte público** para acceder al centro. Sin embargo como se analizó en el capítulo anterior, Tui no dispone de un transporte público eficiente que comunique la ciudad de Tui con los municipios próximos y, lo que aún es peor, los habitantes de Tui que viven fuera del centro urbano no tienen medios de transporte públicos para acceder al centro urbano.

Por último, como recoge la matriz, **los vehículos de carga y descarga** pueden ocasionar molestias a los ciudadanos. En el caso de Tui, podemos destacar que muchos de los establecimientos comerciales poseen delante de sus entradas o en zonas muy próximas este tipo de vados, en un horario de ocho de la mañana a ocho de la tarde, lo que limita el uso de esa zona, que podría estar destinada a aparcamiento. Además provoca conflictos con el tráfico peatonal y del automóvil al tener que interrumpir la vía para cruzar con la mercancía. El nuevo plan no recoge ningún reglamento respecto a estos horarios. Una solución a ello podría ser establecer horarios de carga y descarga distintos a los horarios comerciales para no interrumpir el ritmo de la ciudad.

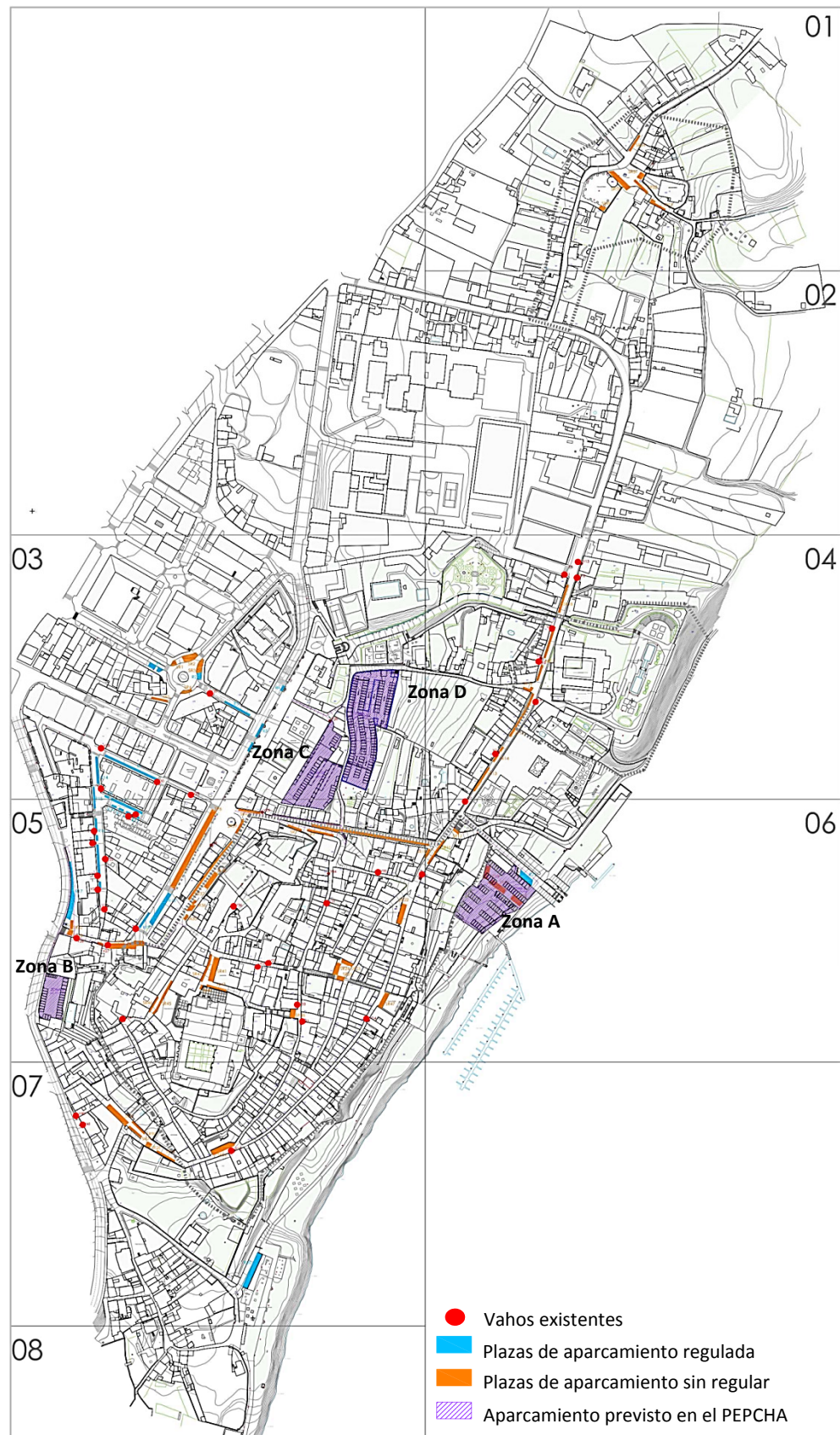


Fig. 118 **Plano de aparcamientos y vahos permanentes.** En él se muestran los diferentes tipos de plazas de aparcamiento, la mayoría sin regular su horario de estacionamiento. Plano extraído del PEPCHA

6.2 La Atracción

Otro de los aspectos más destacables para el desenvolvimiento de una zona comercial es la atracción. Son factores determinantes para el urbanismo comercial una composición equilibrada de establecimientos comerciales, servicios y un ambiente urbano de compra para que exista una mayor atracción al centro urbano.

Escudero (2008), en su análisis de los centros comerciales hace referencia al poder de atracción que un centro comercial posee frente al pequeño comercio, ya que en él se puede encontrar una multitud de variedades de actividades y servicios en un mismo espacio aportando de esta manera una mayor comodidad, seguridad y mayor oferta comercial al consumidor. Este mismo autor recalca la importancia de los centros urbanos a reinventarse: *“Sólo a través de la conversión de los espacios centrales de las ciudades en malls urbanos se mantiene una alternativa viable para esta variedad tradicional”* (Escudero Gómez, 2008, págs. 67-68).

Es por ello, que los organismos públicos y privados deben prestar atención a los principales puntos de interés del centro de la ciudad para conseguir atraer al consumidor. En la matriz “4 As” los factores que afectan a la atracción de una ciudad son el comercio minorista, los espacios de negocio, el arte, la cultura y el ocio y por último la vivienda.

En primer lugar, **el comercio minorista** del centro de Tui, como ya se analizó anteriormente, se caracteriza por situarse en la parte más reciente del centro urbano de Tui, con una oferta variada aunque sobresale el comercio dedicado a la venta de ropa y a la alimentación. Sin embargo, actualmente no existe una marca que identifique Tui con un tipo de comercio concreto. En décadas pasadas Tui se caracterizaba por productos alimenticios como el bacalao o la angula, proporcionando a Tui una marca que le diferenciaba de otros municipios limítrofes.

En el centro histórico de Tui, apenas cuenta con establecimientos comerciales, siendo caracterizado fundamentalmente por la hostelería, lo que puede provocar el riesgo de monofuncionalidad, perdiendo gran parte de su historia, puesto que el centro histórico de Tui, nació como una ciudad comercial en sus orígenes. Actualmente el centro histórico debido a sus condiciones arquitectónicas y urbanas, como también a la falta de un plano específico que regularice el uso del suelo en el centro histórico, le llevó a la actual situación de vaciamiento de sus calles durante el día y una mayor concentración nocturna durante los fines de semana. Para evitar esta situación de monofuncionalidad, Balsas (1999) afirma que todas las ciudades deberían ser un espacio diversificado y mantener una masa crítica de usos (comercio minorista, servicios, ocio y vivienda).



Fig. 119 Distribución de los oficios y equipamientos más destacados en la Edad Media según Vila-Botanes (2001)

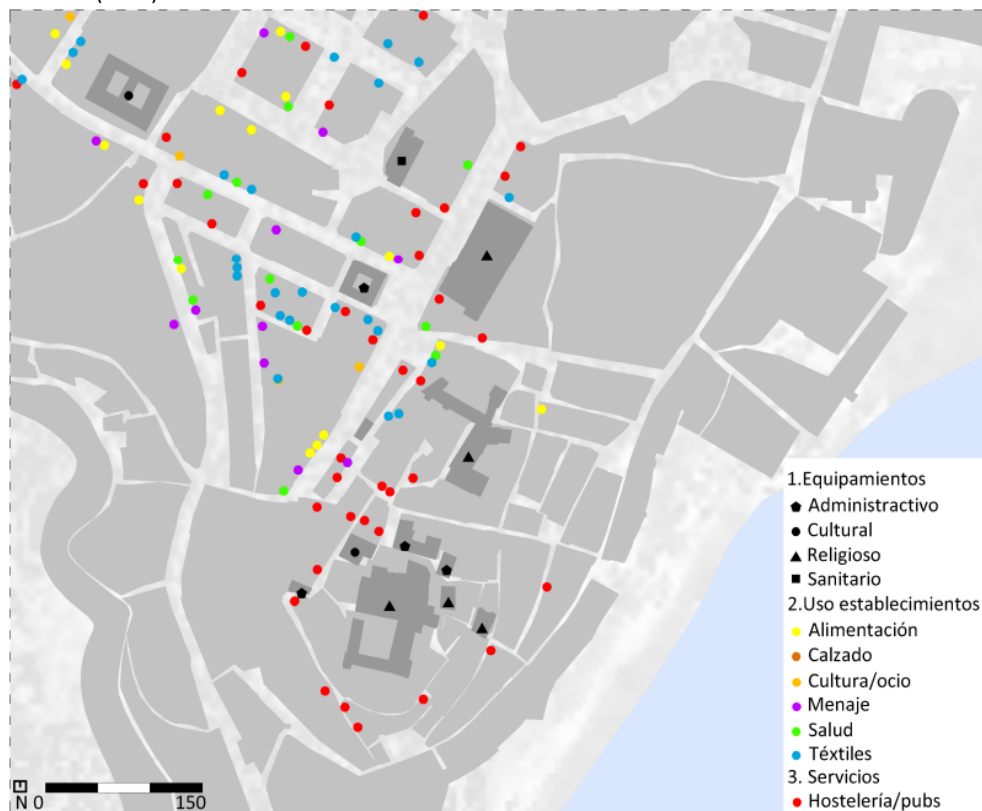


Fig. 120 Representación de los equipamientos y uso de los establecimientos actuales. Lo más destacado de esta figura es la monofuncionalidad del centro histórico en cuanto a usos.

Respecto a **los espacios de negocios**, en el centro urbano de Tui están distribuidos entre el bajo comercial de los edificios y el primer piso. Se caracterizan por ser espacios comerciales normalmente de pequeñas dimensiones en el centro histórico y de mayor dimensión cuanto más reciente fuese la edificación. Normalmente estos espacios son alquilados, por lo que los comerciantes se tienen que adaptar.

Hoy en día existen en el centro urbano de Tui muchos locales comerciales vacíos debido a la situación económica actual del país. De hecho mucho de los encuestados hacen referencia a esta situación de vaciamiento de los locales proporcionándole a la ciudad un aspecto de decadencia. Este hecho se puede ver como una oportunidad para crear nuevos espacios de negocios con nuevos usos comerciales y otro tipo de negocios que le aporten identidad al lugar.

Tanto los **servicios como los equipamientos** en Tui, se concentran la mayoría de ellos en el centro, como muestra la figura 120. En primer lugar, el mayor porcentaje de servicios ofrecidos en Tui son la hostelería. Estas ocupan la mayor parte de los locales comerciales y se sitúan tanto en el centro urbano como en el centro histórico.

Las oficinas (aseguradoras, asesorías, agencias de viajes, inmobiliarias...) son otro de los principales servicios que ofrece Tui y no sólo ocupan el bajo comercial, sino que muchas de ellas se sitúan en el primer piso. Otro grupo muy numeroso son los servicios relacionados con la salud y la belleza (farmacias, clínicas dentales, peluquerías y estéticas).

En cuanto a los equipamientos existentes podemos destacar la cantidad de equipamientos destinados al uso religioso, que le confieren a Tui una identidad propia y diferenciada de los municipios próximos. Además la catedral de Sta. María, situada en el centro histórico es uno de los iconos que caracteriza Tui (el cuestionario realizado también lo confirma).

Los equipamientos de uso administrativo también se localizan en la entrada principal del centro histórico, aportándole un mayor dinamismo durante el día, aunque insuficiente para mantener las calles del centro histórico llenas de vida durante el día. Asimismo los equipamientos educativos y culturales se encuentran situados a las afueras del centro histórico y del centro urbano consolidado.

Otro de los factores importantes para atraer gente a un centro urbano es el **arte, la cultura o el ocio** que te pueda aportar la ciudad. En este caso podemos afirmar que la mayor parte de atracción de ocio para los ciudadanos de Tui, en especial los ciudadanos más jóvenes, son los bares y pubs situados en el Paseo de la Corredera y en el centro histórico.



Fig. 121 **Fotografía del Paseo de la Corredera.** En ella se aprecia el abandono de uno de los edificios junto a uno de los muchos establecimientos comerciales cerrados recientemente.



Fig. 122 **Fotografía del enlace de la Calle Augusto González Besada con el Paseo de la Corredera.** El edificio mostrado también cuenta con los locales comerciales vacíos en pleno centro urbano de Tui.

La mayoría de jóvenes tudenses responde en el cuestionario realizado que acude frecuentemente a los locales nocturnos situados en el centro histórico y a sus locales de restauración. Este porcentaje de población también se echa en falta locales destinados al ocio como cines o salones de juegos.

La fiesta de S. Telmo, patrón de Tui, es también un importante punto de atracción del municipio durante una semana, que se lleva realizando desde hace más de 100 años y fue declarada esta fiesta como de interés turístico. Además cuenta también con otros festivales relacionados con el cine o la música como el Play Doc o el Festimiño entre otros. Actualmente el ayuntamiento de Tui, muestra una agenda variada respecto a este tipo de eventos para el 2014, junto con eventos deportivos con el fin de atraer a personas al centro de la ciudad. Sin embargo no existe en el municipio una feria, evento o espacio dedicado a algún producto típico del lugar de forma continuada que resaltase la cultura del lugar.

Actualmente existen edificios destinados a la cultura, como el área panorámica, que acoge en numerosas ocasiones durante el año, representaciones teatrales o conciertos de música, aunque no de una manera continuada. También cuenta con el teatro municipal, un edificio completamente en ruinas situado en el centro histórico con un importante valor patrimonial y artístico. En la aprobación inicial del PEPCHA recoge la recuperación de este edificio a largo plazo debido a sus características arquitectónicas y culturales que posee para la población de Tui.

Un elemento cultural, desde hace varias décadas y que atrae semanalmente a personas de los municipios limítrofes y a los propios tudenses hacia el centro, es el mercado celebrado el jueves por las calles principales del centro tudense. Este mercado de ropa, calzado y alimentos (frutas, embutidos y productos típicos gallegos) aporta al centro de la ciudad y a los comerciantes dinamismo.

En cuanto a los espacios libres disponibles en el centro de la ciudad para el disfrute de las personas, podemos destacar claramente tres espacios: el paseo de la Corredera, los Jardines Troncoso y el paseo fluvial. El primer lugar y más urbano, es el punto de encuentro de muchos tudenses y visitantes de la ciudad, mientras que los otros dos son conocidos principalmente por los tudenses, ya que se trata de lugares poco señalizados.

Cabe destacar que el paseo fluvial de Tui, a pesar de ser uno de los sitios más hermosos y con mayor ligación a la memoria histórica del lugar, al ser el río el límite con el territorio portugués y parte fundamental de la supervivencia de muchos tudenses, no es un lugar muy concurrido, ya que no posee una ligación directa con el centro histórico. Su topografía y la falta de equipamientos, comercio y servicios próximos ayudan a esta situación.

Por último uno de los puntos destacados para la atracción de un centro es **la vivienda**. La fijación de la población activa en un centro de la ciudad es de vital



Fig.123. Mercadillo semanal en una de sus calles.



Fig. 124. Fiestas en honor a San Telmo.



Fig.125 Local de ocio situado en el centro histórico



Fig.126 Diversas cafeterías en La Corredera.



Fig. 127 Teatro municipal en situación de abandono.



Fig. 128 Área panorámica situada en la calle Colón.



Fig. 129 Jardines Troncoso.



Fig. 130 Parte del paseo fluvial.

importancia para evitar el vaciamiento de sus viviendas y con ello el abandono de las viviendas.

En el caso del centro urbano de Tui, a través de los datos extraídos del IGE podemos afirmar que el municipio de Tui sigue atrayendo un reducido número de población (en torno al 1,8%) para habitar en el municipio gracias a la cercanía con otros municipios próximos como Vigo o Porriño donde muchos tudenses se desplazan para trabajar (PEPCHA, 2011).

Sin embargo, la población en el cuestionario realizado reclama servicios como guarderías, centros de día o residencias de ancianos, ya que los existentes en el centro están saturados. Estos equipamientos son un importante factor de atracción y fijación de la población, ya que en el centro le proporcionaría servicios próximos sin tener la necesidad de desplazarse a otros municipios. Por lo general, estos servicios también aportan vida a la ciudad, ya que la mayoría de la población que se asienta en el centro histórico es una población envejecida.

6.3. Animación/Belleza Local

Junto con los factores de la accesibilidad y la atracción, la animación es un factor a tener en cuenta en un centro comercial. Esta debe asegurar un medio agradable para la actividad comercial (Balsas, 1999). Este medio agradable es proporcionado por diversas condicionantes que son trasladados a los nuevos proyectos de urbanismo comercial. La matriz, recoge como factores condicionantes de la animación local el ambiente urbano a nivel de la calle, el espacio público, el espacio privado y la imagen de la ciudad.

El **ambiente urbano** en el centro de Tui muestra diversas carencias según respondieron los habitantes tudenses al cuestionario y a la observación realizada en el lugar. En primer lugar muchos de los ciudadanos se quejan de la poca señalización de sus calles, de sus equipamientos y de los sitios turísticos a los que visitar. Además este tipo de señalización no está adecuada a las personas con algún tipo de discapacidad visual, como tampoco la mayoría de los semáforos del centro urbano.

Existe además, en todo el centro urbano un mobiliaria poco cuidado, alguno de sus bancos, farolas o aceras presentan mal estado por el paso del tiempo o por vandalismo, mientras que en el centro histórico apenas existe mobiliario urbano.

Asimismo, la iluminación del centro histórico es muy escasa, lo que puede llegar incluso a provocar inseguridad en los usuarios. El PEPCHA, en su aprobación inicial, propone iluminar el centro histórico con bombillas de bajo consumo y retirar en lo posible los cableados de las fachadas para un mayor agrado visual.

Respecto al **espacio público**, una de las mayores ventajas que posee, al ser un centro urbano de dimensiones reducidas y con cierta distancia de grandes ciudades como Vigo, no le afectan problemas sociales como prostitución o la mendicación. Los problemas relacionados con este condicionante, son los derivados del tráfico de automóviles por el centro urbano, junto con la falta de señalización en las calles más centrales del centro urbano.

Referente al **espacio privado**, muchos de los edificios del centro urbano de Tui, muestran un aspecto de decadencia, sus fachadas presentan una imagen de declive con elementos rotos o desaparecidos. En algunos casos están completamente ruinosos como los edificios de la Avenida de Martínez Padín o edificios en el centro histórico. Sin embargo estos últimos, en el PEPCHA se prevé su recuperación.

Otro de los condicionantes que afecta al espacio privado y que en un centro comercial cerrado se aprecia con mayor facilidad, son las reglas comunes respecto a la publicidad y a los elementos exteriores expuestos en los establecimientos. En el centro urbano de Tui²², se aprecia una imagen difusa de sus establecimientos, ya que muchos establecimientos y edificios presentan elementos disonantes en sus fachadas como por ejemplo anuncios, letreros en mal estado, cables eléctricos o toldos inapropiados, dando lugar a una imagen difusa.

Por último, la **imagen** que Tui proyecta hacia el exterior puede ser un importante punto de atracción y belleza. Por ello el PEPCHA pone en especial interés la corrección de elementos disonantes del paisaje tudense (volúmenes, incremento de alturas, colores llamativos, viviendas en ruinas...). Este es un buen principio para que la imagen icónica de la ciudad se vea reforzada.



Fig. 131 **Parte del alzado del sur de la ciudad.** Este alzado corresponde con la vista que se observa desde Valença, en la margen del paseo fluvial. En ella aparecen numerosos elementos disonantes como toldos, viviendas en mal estado de conservación, pintadas o la vegetación descuidada, lo que le confiere a la ciudad un aspecto ruinoso.

²² En el capítulo IV, al realizar la clasificación según sus fachadas, se observa claramente como cada comerciante expone su publicidad y sus carteles informativos de diversas formas, no siguiendo una lógica común.

6.4 Acción

Finalmente uno de los puntos más relevantes para que un centro comercial funcione es su gestión, mucho más factible al ser gestionada normalmente a través de una única empresa (Balsas, 1999). No obstante este hecho se complica cuando se intenta trasladar a un centro comercial abierto, en donde intervienen factores públicos como el ayuntamiento, la policía o los transportes públicos y factores privados como comercios, servicios o habitantes del municipio.

A pesar de ser un punto relevante para el urbanismo comercial, este punto se analizará en menor profundidad como ya se mencionó en el encuadramiento teórico puesto que se trata de una investigación de arquitectura y urbanismo y no sobre gestión.

A pesar de ello, la matriz 4As, recoge cuatro condicionantes que afectan a la acción: la capacidad organizacional, la gestión, los recursos y la promoción. Estos condicionantes son imprescindibles para reinventar un centro comercial abierto.

En el caso de Tui, los comerciantes se organizan en una asociación comercial e industrial (ACITUI) que lleva a cabo diversas acciones comerciales y su objetivo principal referente al comercio es hacer el comercio del centro de la ciudad mucho más atractivo.

Para ello, ACITUI realiza campañas en periodos concretos (día del padre, de la madre, navidad, rebajas...) con animaciones en las calles, ofrece servicios de apoyo legal a sus comerciantes, cursos al año para que el pequeño comerciante pueda explotar más su negocio o convenios con otras asociaciones de diversos ámbitos (ACITUI, 2013).

Sin embargo, aunque exista una asociación comercial que trabaje para la mejora del centro urbano, dicha asociación en su página web no hace referencia a la colaboración conjunta entre los organismos públicos y los privados, sólo colaboran en acciones puntuales como por ejemplo periodos de navidad o fiestas locales. Estos hechos producen que cada entidad promocióne el municipio de diversas formas, provocando una falta de estrategia y márketing del conjunto.

Mientras el ayuntamiento, en los últimos años, promocióne Tui como un lugar con cierta importancia turística, la asociación de comerciantes realiza pequeñas campañas publicitarias promocionando únicamente el comercio de forma generalizada.

Asimismo la gestión del centro urbano y de sus recursos económicos para la mejora del centro urbano proviene de entidades públicas y en la que la asociación de comerciantes no interviene, a diferencia de otros países como Inglaterra en la que sí intervienen como se menciona en el encuadramiento teórico.

6.5 Síntesis

Una vez realizado el análisis del espacio urbano de Tui referente a los condicionantes que pueden afectar al comercio, se realiza una matriz DAFO, a modo de síntesis. Esta matriz ayudará a sintetizar los puntos más relevantes de dicho análisis para posteriormente junto el análisis de los capítulos anteriores poder llegar a definir unos indicadores para el mejoramiento del urbanismo comercial en la ciudad, objetivo final del trabajo.

A continuación se presenta la matriz DAFO, dividida en dos bloques. En el primero se mostrarán las debilidades y las amenazas, mientras que en el segundo se presentarán las fortalezas y las oportunidades. Esta matriz DAFO, asimismo diferencia los cuatro puntos de la matriz de los “4 As”.

	Debilidades	Amenazas
Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Estructura medieval en el CH. - Mal estado del pavimento de las calles - Congestionamiento del centro urbano por el tránsito automovilístico - Falta de T.P - Falta de planeamiento en los horarios de carga y descarga 	<ul style="list-style-type: none"> - Proximidad de grandes centros comerciales - La falta de acondicionamiento de los establecimientos comerciales para las personas con movilidad reducida
Atracción	<ul style="list-style-type: none"> - Comercio situado en nueva zona de expansión - Falta de una marca que identifique la actividad comercial de Tui - Falta de servicios en apoyo a la población 	<ul style="list-style-type: none"> - Vaciamiento del centro histórico respecto a la actividad comercial - Mono-funcionalismo del centro histórico
Animación/ Belleza	<ul style="list-style-type: none"> - Falta señalización - Mobiliario degradado - Publicidad sin reglas 	<ul style="list-style-type: none"> - La degradación de los espacios urbanos puede ocasionar el abandono del centro histórico
Gestión	<ul style="list-style-type: none"> - Sector público y privado no trabajan de manera conjunta 	

	Fortalezas	Oportunidades
Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> - La implementación del uso de la bicicleta y nuevas áreas de aparcamiento en el nuevo PEPCHA. 	<ul style="list-style-type: none"> - Buenos accesos al centro de la ciudad - Próxima implementación del PEPCHA para solucionar problemas con la movilidad
Atracción	<ul style="list-style-type: none"> - Ciudad fronteriza - Ciudad declarada como Conjunto de Interés turístico - El centro histórico conserva sus características - Mercado semanal - Realización de eventos en épocas puntuales 	<ul style="list-style-type: none"> - Locales vacíos en el CH, que pueden ser aprovechados como nuevas industrias - Explotación del paseo fluvial y de otras zonas naturales
Animación/Belleza	<ul style="list-style-type: none"> - Imagen de la ciudad fuertemente definida 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de una marca que diferencia los productos - Recuperación de los edificios abandonados en el centro histórico con fines sociales
Gestión	<ul style="list-style-type: none"> - Existencia de una asociación de comerciantes - Realización de campañas puntuales de publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de asociaciones público privadas para la gestión del centro de la ciudad

Fig. 132 Matriz DAFO

A través de la realización de esta matriz DAFO se observa que Tui posee numerosas debilidades y amenazas que afectan al comercio, aunque también posee aspectos positivos y oportunidades para que la ciudad de Tui recupere su aspecto comercial.

VII. INTERPRETACIÓN Y CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LA ANALISIS

La investigación presentada se ha centrado en el estudio de las actividades comerciales y del espacio urbano de Tui a partir del urbanismo comercial. Para llevarla a cabo se ha organizado la disertación en dos partes fundamentales. En la primera parte, se ha realizado un encuadramiento teórico sobre el urbanismo comercial y aspectos relativos a ello, a partir del cual se definió el marco teórico orientador de la investigación desenvuelta a lo largo de esta disertación. Autores como Balsas (1999) o Barreta (2012) exponen en sus publicaciones los diferentes programas y mecanismos que se han realizado en los diferentes países para llevar a cabo la recuperación de la ciudad a través del comercio. Otros como Ezquiaga (1998) se centran más en el planeamiento del comercio y sus equipamientos a través de la legislación, aunque todos ellos y junto a otros autores como Jacob (1973), Pirenne (1983) o Goitia (2003) destacan la importancia del comercio para el desenvolvimiento de una ciudad. Seguidamente, se ha elaborado una caracterización de las actividades económicas de Tui para poder comprender el contexto social, político y económico de la ciudad a través de diversos autores, destacando a los historiadores tudenses como Vila-Botanes (1999,2001) o Iglesias (1984,2001, 2006). Mientras, en la segunda parte se ha realizado el análisis de las dinámicas actuales de la población de Tui, aplicando los factores identificados en el encuadramiento teórico.

En el estudio de las dinámicas urbanas de Tui, así como en el análisis del espacio urbano de Tui, han convergido datos procedentes de diversas disciplinas para determinar los principales factores que llevaron a Tui a la situación actual. A partir de la bibliografía existente de la ciudad, se obtienen datos sobre las actividades económicas de Tui a lo largo de su historia. Durante la exposición de estos datos se identifica la fuerte ligación del municipio con el río, bien sea este como medio de obtención de materia prima como la pesca, o bien como canal de comunicación y transporte hasta bien entrada la edad moderna. Otros productos que formaron parte del desenvolvimiento económico del municipio fueron el vino y la sal. Ambos perdieron su importancia en el municipio a partir del siglo XX, aunque el primero sigue siendo el motor económico de muchas de las localidades limítrofes. No obstante, la pesca, supuso una importante fuente de ingresos para el municipio, así como el reconocimiento del municipio por sus productos del río, creando una marca propia hasta mediados de los años sesenta. Este tipo de actividades permitió a Tui desarrollarse urbana y comercialmente. Sin embargo, en las últimas décadas, la actividad comercial está disminuyendo gradualmente, aunque el sector servicios, que incluye muchas actividades, aparte del comercio, sigue siendo el motor económico de la ciudad.

Una investigación de las últimas décadas a nivel topo-morfológico permitió descubrir los tipos de establecimiento existentes y su ubicación, asimismo permitió conformar una lectura diacrónica espacial y temporal de las transformaciones que ha sufrido el comercio desde 1985 hasta la actualidad. Podemos destacar, el comercio en el municipio anterior a 1985, que se situaba fundamentalmente en la N-55 que enlaza Tui con Portugal, estando compuesto

principalmente por el sector de la alimentación, destacando las licencias comerciales referentes a la venta de pescado y de bacalao, además del menaje. Sin embargo, en los años noventa, el comercio de Tui es mucho más diversificado, apareciendo nuevos usos, y con ello, el desplazamiento de la actividad comercial a otras zonas, especialmente hacia La Corredera y la nueva área de expansión, aunque se ve resentido por la crisis del 1992 y la construcción de la autovía. Además, el centro histórico pierde toda la actividad comercial existente, no volviéndola a recuperar. Mientras, en los años siguientes el comercio se consolida entre la zona de expansión y la Corredera perdiendo un protagonismo considerable la N-55.

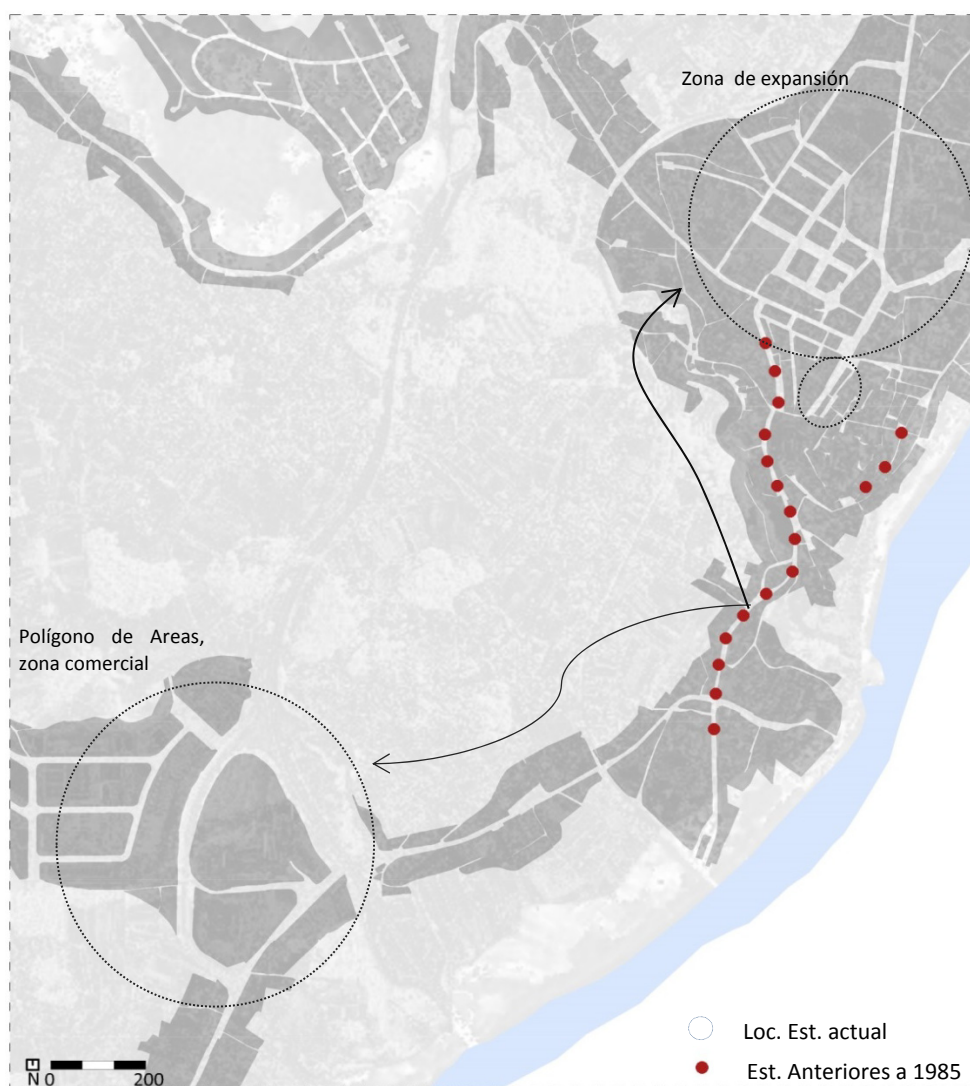


Fig. 133. Esquema de desplazamiento de los establecimientos comercial a lo largo de los años.

Así pues, si confrontamos los datos obtenidos del análisis tipo-morfológico junto con los datos obtenidos mediante el análisis topo-morfológico, se afirma que los pequeños establecimientos dedicados a la alimentación, en especial a la venta de pescado y bacalao, han disminuido con el paso de los años, hasta su completa desaparición, en favor de grandes superficies alimentarias alejadas del centro histórico y urbano. Además, los establecimientos comerciales dedicados al sector

textil han ganado importancia en el centro urbano de la ciudad, superando incluso al sector de la alimentación. Estos establecimientos se caracterizan fundamentalmente por ser de pequeñas dimensiones y se sitúan en la nueva zona de expansión del centro de Tui, debido a la comodidad que proporciona las vías con mayor dimensión y aparcamiento, así como también los nuevos locales, mucho más amplios y accesibles.

Una vez caracterizada las actividades comerciales, como también su evolución histórica, se centró en el análisis de las dinámicas de la población y de su espacio urbano. La confrontación de los diferentes datos obtenidos de las encuestas fue fundamental para la comprensión de la utilización de la ciudad por sus habitantes. Para ello, partiendo de la información recogida, se siguió una metodología específica para la elaboración de los diferentes elementos gráficos.

A través de la interpretación de los datos obtenidos mediante organismos oficiales o las encuestas, junto con la utilización de una metodología propia, creada a partir del estado del arte, permitió interpretar los datos recogidos en el cuestionario de manera gráfica. De este modo, se pudo realizar superposiciones y cruzamientos de las diferentes situaciones para obtener mapas interpretativos de los movimientos y preferencias de la población, para posteriormente obtener una interpretación crítica de los resultados.

De esta interpretación crítica sobresalen diversos factores. En primer lugar, Tui posee un importante punto de atracción como es su conjunto histórico con su catedral. Sin embargo, a pesar de que la catedral es el elemento más representativo, no es uno de los lugares más frecuentados por los tudenses y tampoco existe ningún tipo establecimiento o servicio que lo potencie. Por ello, los lugares dentro del centro histórico a los que acuden la mayor parte de los tudenses son los locales hosteleros y de ocio nocturno, ya que no existen establecimientos de otro tipo.

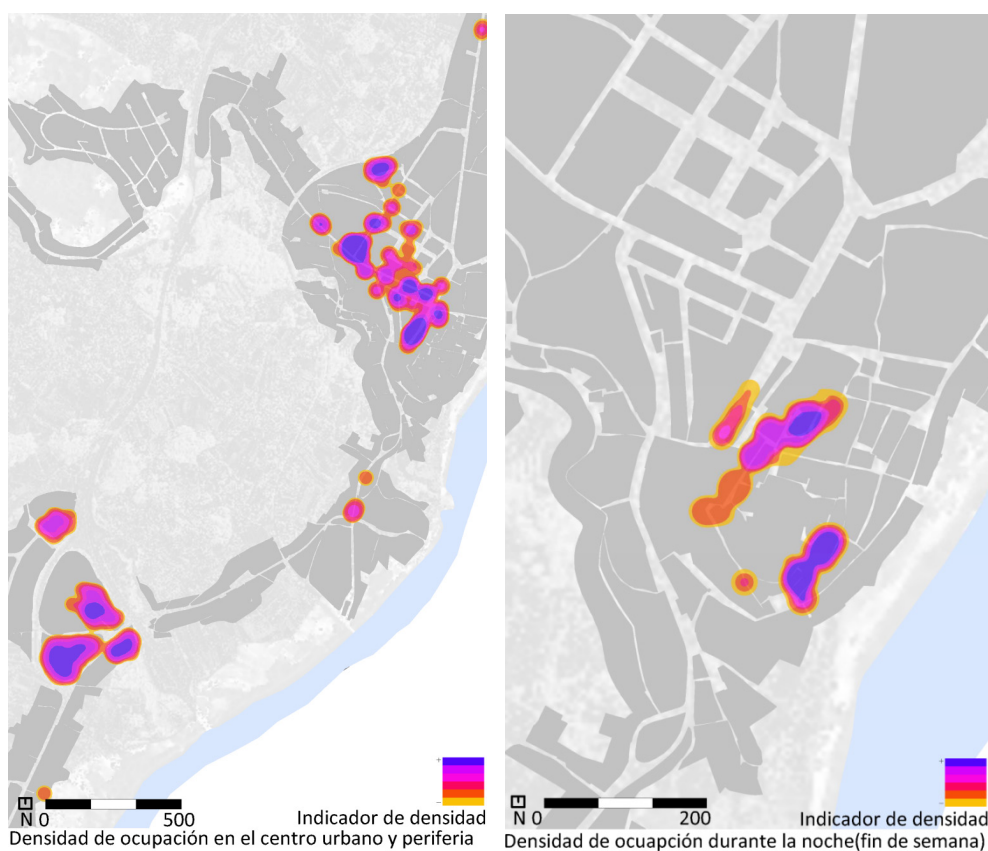
Otro punto de atracción de la ciudad es su condición fronteriza. Como se mostró en la caracterización general, en tiempos pasados, Tui aprovechaba esta característica para crecer económicamente. Posteriormente, en los capítulos de análisis, se demuestra que hoy por hoy Tui no posee más que su patrimonio arquitectónico y cultural para ofrecer al país vecino, aunque estos últimos años han comenzado a realizar actividades conjuntamente para el interés de ambos.

En la actualidad, la actividad comercial se sitúa fuera del centro histórico, existiendo variedad respecto a los usos de los establecimientos, entre los cuales destaca el sector textil. Aunque exista una mayor proporción de este sector respecto a los demás, la población tudense reclama más establecimientos de este tipo y, acude fuera de la ciudad en su busca. Estos hechos muestran claramente la ausencia de una marca que los caracterice.

Un elemento clave para el municipio y su desarrollo es la accesibilidad. Tui destaca con respecto a sus vecinos por estar bien comunicado externamente,

pese a que internamente la comunicación entre los diferentes núcleos poblacionales es prácticamente nula a nivel de transporte público, provocando en la ciudad congestión y la falta de aparcamiento, que aunque se prevén crear más estacionamientos con la aprobación del PEPCHA, estos no solucionarán el problema en la totalidad, pues no se encuentran cerca de los lugares más frecuentados. Otro hecho relevante, es la accesibilidad de los establecimientos comerciales, ya que los más antiguos muestran barreras arquitectónicas, así como también la mayor parte de los locales del centro histórico.

La zonificación de usos existentes en el municipio, genera diferentes dinámicas respecto a la movilidad de los tudenses. De esta manera, los habitantes de Tui se desplazan en coche hasta el centro de la ciudad, o también hacia los centros comerciales situados en la periferia, durante el día. Esta utilización de la ciudad es completamente diferente por las noches, sobre todo los fines de semana, cuando el espacio más ocupado en la ciudad es el centro histórico. Este fenómeno es debido a la alta concentración de locales de ambiente nocturno y de la hostelería, la inexistencia de establecimientos comerciales de diario, así como también la ausencia de ocio diurno, localizándose allí, equipamientos administrativos y religiosos. Por ello, podemos determinar claramente dos dinámicas diferenciadas de la ciudad, la noche y el día.



A partir de la lectura interpretativa de los diseños realizados a lo largo de la disertación, junto el análisis en mayor profundidad del espacio urbano, mediante

la matriz de los “4 As”, se han detectado una serie de fragilidades que afectan al espacio urbano y comercial de la ciudad. Con la obtención de estos datos, se podrá plantear para Tui una serie de posibles escenarios y mejoras, que pueda tomar el centro histórico y urbano de la ciudad respecto a su urbanismo comercial, respondiendo así al último objetivo de la disertación. Estas posibles mejoras encontrarán su base en el análisis realizado de la ciudad.

Se puede afirmar, que esta investigación ha utilizado el estado del arte de dos maneras diferentes. En primer lugar, para la realización del estudio de caso, fue preciso basar la metodología utilizada en un marco teórico, repasando el pensamiento de varios autores respecto al urbanismo comercial, y los diversos programas de urbanismo comercial, ejecutados en diversas ciudades, que permitió extraer determinados elementos, como los indicadores necesarios para elaborar el cuestionario, o la matriz “4 As” para identificar los principales factores que afectan al espacio comercial. De esta forma se retiró una metodología válida para la aplicación para el estudio de caso de la ciudad de Tui.

Al realizar el encuadramiento teórico, se ha descubierto la laguna existente respecto a esta temática, ya que Tui carecía de aportaciones teóricas respecto a este tema, por lo que el análisis de la fundamentación teórica en un primer momento contribuyó como una línea metodológica del trabajo.

Por otro lado, la aportación del estado del arte está relacionada con el propio trabajo en sí mismo. La problemática planteada surge a partir de la ausencia de un estudio del espacio urbano y comercial de la ciudad. Esta situación contrasta fuertemente con otras áreas del conocimiento como son la historia o la arquitectura de sus lugares. Por ello, este trabajo ha contribuido a la laguna existente.

En la ciudad de Tui no se había realizado anteriormente una encuesta a la población, en la que los tudenses opinasen sobre los aspectos positivos y negativos de su ciudad, así como sus hábitos diarios de desplazamientos. De esta forma, son los propios habitantes, los que participan en la elaboración del estudio. Este hecho es fundamental como recalcan diversos autores, ya que los habitantes deben ser partícipes de las intervenciones en su ciudad. Por otro lado, esta recoja de información y su posterior interpretación a través de diferentes métodos como gráficos, esquemas, mapas interpretativos y fotografías se consigue plasmar de manera gráfica y espacial, los problemas y hábitos cotidianos de los habitantes tudenses.

Asimismo, cabe mencionar que a lo largo de esta investigación se han recogido informaciones de diversas áreas, encontradas de manera aislada en diferentes publicaciones. Por lo que se ha intentado agruparlas, y crear una línea temporal de la caracterización de las actividades comerciales, contribuyendo a reunir las en un único trabajo.

VIII. CONCLUSIONES

A lo largo de esta investigación se ha intentado explicar la evolución de la actividad comercial en la ciudad de Tui, así como la situación actual en la que se encuentra el comercio. Para llevarla a cabo, se plantearon dos objetivos a lograr. De manera que en un primer momento, de forma sistemática, fue necesario encuadrar, primeramente, un contexto teórico sobre el que realizar el posterior análisis del estado actual en el que se encuentra la ciudad. Dicho encuadramiento teórico ha proporcionado los elementos estructuradores del presente análisis urbano y comercial, para responder a los objetivos.

En base al primer objetivo de esta investigación - **Determinar el impacto del abandono del centro histórico de Tui, mediante las dinámicas urbanas, centrándose principalmente en la actividad comercial** – la respuesta se corresponde con la lectura espacial realizada, a través de diferentes escalas, como también a distintos niveles de análisis topomorfológicos y tipo morfológicos. Mientras, el estudio de los datos mediante gráficos ha ayudado a la sistematización de los datos recogidos de los cuestionarios, así como también al destaque de las fragilidades de las dinámicas urbanas.

Para alcanzar el objetivo, se ha dividido en diferentes niveles de lectura el espacio urbano de Tui. En un primer momento, se realiza el estudio topomorfológico de la situación del comercio desde el año 1985 para poder analizar el desplazamiento de los establecimientos comerciales hacia nuevas áreas, como consecuencia del desenvolvimiento de nuevas estructuras urbanas. Asimismo se ha realizado un estudio a nivel tipomorfológico de los locales comerciales para poder comparar las diferentes tipologías. Seguidamente, a través de la distribución de un cuestionario entre la población tudenses, basado en la fase preliminar de un proyecto de urbanismo comercial, se ha pretendido analizar los desplazamientos y la movilidad de los tudenses e identificar los puntos débiles de la oferta comercial. Asimismo, se ha realizado un análisis mediante la matriz de los 4 As que recogen diversos autores acerca del estudio del urbanismo comercial. De cada una de estas lecturas, interrelacionándolas entre sí, se ha podido detectar las fragilidades que presenta Tui y su espacio comercial referente a las dinámicas de la ciudad.

El estudio de las dinámicas de la población mediante el cuestionario ha demostrado los desplazamientos de los habitantes de Tui y la forma en la que estos utilizan la ciudad -observado en los diseños interpretativos tanto de los desplazamientos, como en el de densidades-. En ellos, se ha detectado una serie de fragilidades en el centro histórico. En primer lugar, el núcleo histórico no forma parte de la rutina diaria de los habitantes de Tui, al quedarse al margen de

prácticamente todas las dinámicas que suceden al día en la ciudad, en parte debido a su estructura morfológica y topográfica.

Asimismo, se ha divisado la falta de equipamientos o servicios de uso diario en esta parte de la ciudad. Los equipamientos existentes en el centro histórico son equipamientos relacionados con el uso religioso o administrativo, a los que los habitantes no acuden frecuentemente. Los locales comerciales más frecuentados se localizan en dos polos; uno de ellos situado en el propio centro urbano, con la presencia de numerosos establecimientos de usos variados, mientras el otro se localiza en la periferia de la ciudad, en Areas, y destaca por albergar en una pequeña área los tres hipermercados más grandes de los que dispone Tui. De esta manera el centro histórico, permanece alejado de toda dinámica comercial que produce la ciudad durante el día.

Del mismo modo, también es preciso mencionar que los servicios -oficinas, bancos, peluquerías, etc.- se localizan en el área de expansión de la ciudad, por lo que el centro histórico carece de toda actividad, exceptuando la hostelería y el ocio nocturno. Estos factores muestran el fenómeno antagónico existente entre el centro histórico y el núcleo urbano de Tui. Actualmente, mientras se consolida la implantación del comercio en la periferia junto con las restantes actividades, el centro histórico sufre una continua degradación y abandono urbano, producido principalmente por la ausencia de equipamientos, servicios así como también por las molestias y los desperfectos que ocasionan constantemente el ocio nocturno.

Por otra parte, una de las mayores fragilidades que no sólo afecta a las dinámicas del centro histórico, sino también al núcleo urbano es la accesibilidad. Por un lado el centro histórico posee numerosas barreras arquitectónicas – exceptuando la calle Ordoñez y Generalísimo que llevan a la catedral y al ayuntamiento – lo que dificulta el acceso a toda persona con movilidad reducida. Sin embargo, el núcleo urbano a pesar de tener también barreras arquitectónicas, su mayor dificultad es el acceso a través de otros medios de transporte para evitar el congestionamiento de que viene padeciendo la ciudad.

La falta de jerarquización de las vías que tampoco prevé el PEPCHA con la introducción de la bicicleta en la ciudad, junto con la falta de estacionamiento en el centro urbano, hace que los habitantes de Tui se desplacen a centros comerciales de otras ciudades- principalmente a Vigo- donde estos ofrecen variedad comercial, aparcamiento gratuito, servicios y entretenimiento, provocando que la ciudad pierda parte de su dinamismo y de sus funciones.

Por lo tanto, con la exposición de estos problemas acerca de las principales dinámicas del centro histórico y urbano de Tui, existentes en la actualidad, es posible establecer un punto de unión, para alcanzar el segundo y último objetivo de esta disertación – **Definir indicadores para la regeneración del centro histórico y urbano de Tui, a partir del urbanismo comercial** – . Una vez

identificadas estas dificultades y siguiendo los cuatro puntos fundamentales de la matriz 4 As- atracción, accesibilidad, animación y acción-, se pueden dar una serie de indicadores prospectivos que podrá seguir la ciudad de Tui para su regeneración del centro histórico como para la mejora del núcleo urbano.

Durante la realización de este trabajo se ha comprobado tras el análisis de los diferentes programas de urbanismo comercial, implantados en otros países para la regeneración del comercio y su entorno, que no es necesario grandes soluciones para que el comercio y su medio más próximo resurja, si no que a veces basta con pequeños gestos que mejoren el entorno y evitar el abandono de la ciudad.

Por lo tanto, después de realizar un estudio sobre la situación actual de Tui, se puede establecer que uno de los principales problemas que posee el centro histórico es la escasa atracción que genera, a pesar de ser un lugar iconográfico para sus habitantes y los visitantes. Con la ayuda del PEPCHA, que pretende mejorar la calidad urbana del núcleo histórico y la rehabilitación de las viviendas, una posible solución para la fijar a los residentes en él, podría ser la creación de nuevas industrias creativas en los bajos de las viviendas, pues son muchos los locales comerciales que permanecen cerrados, mostrando una imagen degradada del espacio urbano. Además de ayudar a la creación de ambiente urbano, también ayudaría a evitar el monofuncionalismo del que goza actualmente el centro histórico, de forma que este no funcione solamente durante la noche de los fines de semana, si no que pueda integrar en las dinámicas urbanas de la ciudad, prolongando el espacio diurno hasta entrada la noche.

Otro punto de atracción para una ciudad son los equipamientos y, como se mencionó anteriormente, el centro histórico no cuenta con equipamientos culturales, educativos o sociales. La demanda de la población joven de equipamientos culturales podría ser un punto a tener en cuenta para implantar allí, como también equipamientos como guarderías o centros de ayudas para personas mayores, ya que ayudarían a fijar a población joven en el núcleo histórico y es el reclamo de muchos tudenses en sus cuestionarios.

En cambio, el centro urbano, a pesar de poseer ciertas dinámicas, algunos establecimientos están cerrando sus puertas debido a la crisis económica que está atravesando el país. No obstante, el sector servicios sigue siendo el motor económico de la ciudad. Para evitar que este sector decaiga, como sucedió en 1992, es importante realizar campañas, promociones y divulgaciones, no sólo en periodos concretos, como se vienen realizando si no también, de manera constante y no sólo destacando la oferta comercial. Es preciso crear hábito y estimular a la población a comprar en el comercio de proximidad y hacerle partícipe de la importancia que ello conlleva para la ciudad y su desarrollo, ya que el análisis ha relevado que muchos de los habitantes del centro de la ciudad compran sus productos habitualmente fuera de la ciudad.

Del mismo modo, el hecho de que las personas compren fuera de la ciudad, -principalmente la más joven- no se deben a los horarios comerciales según se ha podido comprobar. Los tudenses, principalmente las mujeres, reclaman para Tui establecimientos dedicados al sector textil, aunque el análisis demuestre que es el sector más abundante. Este hecho se debe a una falta de identidad. Así como habitualmente, las personas identifican una serie de servicios con un determinado centro comercial es preciso que Tui muestre una marca o identidad por la que se le conozca y sus productos asociados a ello.

La animación de una ciudad, también depende de sus actividades o eventos que se realizan en ella. En Tui se tiene un ejemplo con el mercado realizado semanalmente y que actúa como un elemento dinamizador del centro urbano, aunque no del centro histórico al situarse este en las calles principales del centro urbano. Por ello, es importante que existan eventos de manera periódica en el centro histórico.

Además, durante estos últimos años, Tui está apostando por el turismo, bien sea religioso –a través del camino de Santiago o sus monumentos eclesiásticos- o histórico-cultural. Este hecho, contribuirá a la regeneración de Tui, por lo que deberían seguir por este camino, aunque es necesario incrementar la oferta en estos servicios, pues actualmente no existen establecimientos que exploten este tipo de oferta, que podría ayudar a mejorar la actividad económica de la ciudad.

También es necesaria una mejora en la señalización, no sólo para el turismo, sino también de los accesos a la ciudad, de las calles y de los equipamientos ya que, actualmente, en la ciudad apenas existen indicadores o señales. Asimismo, estas deberían seguir unas reglas para que ayudasen a mejorar la imagen de la ciudad.

Un aspecto relevante para el urbanismo comercial y el desenvolvimiento de Tui como se demostró durante el estudio de la ciudad, es lo referente a la accesibilidad. En primer lugar, es necesario establecer una línea de transporte público dentro de la misma ciudad para evitar la utilización en mayor medida del vehículo propio e evitar congestiónamiento en el centro urbano, principalmente los días de mercado. En segundo lugar, en el centro urbano según los principios del urbanismo comercial, el peatón debería ser el elemento central de su urbanismo. Sin embargo para que esto suceda es necesario reordenar el tránsito automovilístico en el centro urbano, pues a pesar de que el PEPCHA introducirá el uso de la bicicleta próximamente, muchas de las calles principales como La Corredera comparten funciones peatonales con el paso de los vehículos lo que provoca situaciones incómodas para los consumidores. Este hecho se ve agravado por los horarios de las zonas de carga y descarga, que deberían ser revistos para la mejora de la calidad urbana.

Del mismo modo, es fundamental para el desarrollo de la actividad comercial el estacionamiento. Tanto los encuestados, como los propios comerciantes reconocen la escasez de este elemento y a pesar de que el PEPCHA pretende implantar tres nuevas áreas estas no se encuentran en los lugares más apropiados por diversas razones. En primer lugar, no están próximos a las zonas más frecuentadas, seguidamente al estar situados todos contiguos al núcleo histórico, que en un principio puede beneficiarle, puede generar más congestión en el centro urbano y si se pretende dar prioridad al peatón con PEPCHA, estos aparcamientos introducen el vehículo aún más en el centro de la ciudad. Por lo que se debería replantear alguno de estos estacionamientos y tener en cuenta otros lugares como la Avenida de Portugal, vía principal de acceso al centro urbano desde Portugal, en la que existen numerosas construcciones ruinosas del ayuntamiento y que estos espacios podrían ser reutilizados para tal fin. Además esta vía que perdió importancia con el paso de las décadas, volvería a atraer comercio al mejorar su imagen respecto a los edificios abandonados y a la mejora de la accesibilidad.

En términos de accesibilidad interna se comprobó que son numerosos los establecimientos con un área reducida, que no tienen sus establecimientos adaptados y que contienen numerosas barreras arquitectónicas que podrían ser eliminadas, si tenemos en cuenta que cada vez la población europea es cada vez más envejecida. Aunque actualmente esto le suponga unos costes a los comerciantes, se ha demostrado que ya son muchas las personas de edad avanzada que acuden a los centros comerciales por las comodidades que prestan a la hora de la accesibilidad –aparcamiento y sin barreras arquitectónicas-.

Por último, para llevar a buen término estos indicadores, es necesario de la existencia de un plano de acción, en el que deben participar conjuntamente los organismos públicos y los privados, pues no es suficiente con la existencia de una asociación de comerciantes que ayude al comercio, sino que los diferentes organismos trabajen por un objetivo común colaborando colectivamente, tanto de manera económica como en la elaboración de políticas que ayuden a la regeneración de la ciudad

Actualmente el ayuntamiento de Tui está intentando aprobar el Plan Especial de Protección del Centro Histórico y Artístico. Este plan ayudará a la rehabilitación del núcleo histórico y debería contemplar el uso de las actividades en el núcleo histórico para evitar el monofuncionalismo. Si este fuese acompañado de otros planes dirigidos a la mejora del comercio, el centro histórico podría volver a recuperar su dinamismo.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía general

Bachiller Martínez, J., Frechoso Remiro, J., & Villarejo Galende, H. (2012). *I Jornadas Internacionales sobre Urbanismo y Gestión Comercial*. Soria: s. e.

Balsas, C. (2002). *Urbanismo Comercial e parcerías público-privadas*. Lisboa: GEPE (Ministerio da Economia).

Balsas, C. (2011). A necessidade de uma nova gestão Urbana. *Urbanismo comercial em Portugal*. Lisboa: C. M. Póvoa de Varzim.

Carrión. F. (2000). *Desarrollo cultural y gestión en centros históricos*. Quito: FLACSO.

Godet, M. (1993). *Manual de prospectiva estratégica da antecipação à acção*. Lisboa: Publicações dom Quixote.

González, E. (6 de Enero de 2010). Tui reclama Plan Xeral para crecer. *Faro de Vigo*.

Jacob, J. (1973). *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Madrid: Ediciones Península.

Llanos Mateo, M., & Mora, J. (2009). *La evolución de la regulación del comercio minorista en España y sus implicaciones macroeconómicas*. s.l: Banco de España.

Lynch, K. (2008). *La imagen de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili

Molinillo Jimenez, S. (2002). *Centros comerciales de área urbana*. Málaga:ESIC editorial.

Padín Fabeiro, C.(n. d). *La planificación de destinos emergentes. La región fronteriza del miño entre Galicia y Portugal*. Vigo: Departamento de Economía Aplicada. Universidad de Vigo.

Río Fernández, J. (1997). *Porto: Cidade e comércio*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Salgueiro, T. (1992). *A cidade em Portugal: uma geografia urbana*. Porto: Afrontamento.

Vecoña M., et al. (2006). *Descubrir a historia: Plan director das fortalezas transfronteiras do Baixo Miño*. s. l: Xunta de Galicia.

Bibliografía web general

Cámara de Tui (n. d). *Servicios*. Obtenido de <http://www.camaratui.com/>, En 26 de Enero de 2014.

Lima, M. (2012). *College of Design and Social Context*. Obtenido de <http://www.visualcomplexity.com/vc/>, En 26 de Julio de 2013.

Moreno Peralta, S. (2009). *El urbanismo y la sostenibilidad en el nuevo modelo económico*. Obtenido de www.oma-malaga.com_subi...modelo_econ%F3mico.pdf, En 26 de Julio de 2013.

PATECO (n. d). *Planes de Acción Comercial*. Obtenido de <http://www.pateco.es>, En 26 de Enero de 2014.

Tarragó, M. (n. d). *Urbanismo comercial: respuestas de futuro para el binomio comercio-ciudad*. Obtenido de http://www.mercasa.es/files/multimedios/1288045604_DYC_1992_2_10_31.pdf, En 26 de Enero de 2014.

Visual complexity (n. d). *Transportation Networks*. Obtenido de <http://www.complexity.com/vc>, En 20 de Noviembre de 2013.

Xia Oji (2007). *The Connected States of America*. Obtenido de http://www.xiaoji_chen.com/blog, En 20 de Noviembre de 2013.

Bibliografía específica

Albarelo, L. (1997). *Práticas e Métodos de investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

Albano, E. (1990). *Teoría e Prática de Observação de Classes: uma estratégia de formação*. Lisboa: Instituto Nacional de Investigação Científica.

Alonso Velasco, J. (2004). El centro histórico como objeto de debate. *Foro internacional de la arquitectura* (págs. 317-319). Córdoba: Junta de Andalucía.

Alvarez Limeses, G. (1980). Tuy. In G. alvarez Limeses, *Geografía general del Reino de Galicia* (págs. 769-869). Coruña: Ediciones Gallegas.

Balsas, J. (1999). *Urbanismo comercial em Portugal e a Revitalização dos centros das cidades*. Lisboa: GEPE (Ministerio de Economía e Prospectiva económica do Ministerio de economía).

Barreta, J. (2012). *O comércio de proximidade: Fazer Acontecer a Regeneração Urbana*. s. l: Confederação empresarial de Portugal.

Bodgan, R., & Biklen, S. (2006). *Investigação qualitativa em educação*. . Lisboa: Porto Editora.

Confederació de comerç de Catalunya. (2012). *Análisis del comercio al por menor en España*. s.l: Confederació de comerç de Catalunya.

Escudero Gómez, L. (2008). *Los centros comerciales, espacios postmodernos de ocio y consumo*. Cuenca: Ediciones de la universidad de Castilla- La Mancha.

Ezquiaga Dominguez, J. (1998). El diseño de la escala intermedia. *Urbanismo COAM*, 6-21.

Fariña Jamardo, X. (1994). *Os concellos Galegos. Tomo IX*. s.l: Fundación Pedro Barrié de la Maza.

Ferreira Priegue, E. (1988). *Galicia en el comercio medieval*. A Coruña: Pedro Barrié de la Maza.

Gestión de Centros Urbanos. (2007). *Gestión de Centros Urbanos*. s.l: Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana.

Chueca, F. (2003). *Breve história do urbanismo. (5ª ed.)*. Lisboa: Presença.

Gómez Galán, T. (2008). *Génesis del espacio urbano en Galicia*. Noia: Toxosoutos.

González Lopo, D. (2004). La ciudad de Tui en época moderna: sociedad y economía. In S. González Soutelo, & M. Cedón Fernández, (coord), *Tui, Presente, Pasado y Futuro* (págs. 157-224). Tui: Deputación de Pontevedra, Servicio de Publicaciones.

González Soutelo, S. (2007). *O tui antigo*. Tui: Toxosoutos.

Iglesias Almeida, E. (1984). *Los antiguos portos de Tuy y las barcas de pasage a Portugal*. Tui: de autor.

Iglesias Almeida, E. (2001). La antigüa industria de curtidos en Tui. In A. Bouzán Gallego, *Tui, Museo y Archivo histórico Diocesano. (Tomo IX, págs. 201-207)*. Tui: Museo y Archivo histórico Diocesano-Tuy.

Iglesias Almeida, E. (2006). *Tráfico marítimo e fluvial nos portos do sur da provincia de Pontevedra S. XII-XVII*. Tui: Toxosoutos.

Iglesias Almeida, E. (2012). *2000 años de historia tudense*. Tui: Museo Diocesano de Tui.

Iglesias Almeida, E., & Mendez Cruz, P. (1990). *Evolución histórica de Tui y sus antiguas ruas*. Tui: del autor.

Jacob, J. (1973). *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Madrid: Ediciones Península.

Madoz, P. (1846). *Diccionario geográfico-estadístico-histórico de España y sus posesiones de ultramar*. Madrid: imprenta del diccionario geográfico-estadístico-histórico de D. pascual Madoz.

Martins, C. (2003). Marketing places. *Marketeer*, 40-54.

Méndez Martínez, F. , Ojea Pérez, I., & Villanueva Domínguez, C. (1992). *A comarca do Baixo Miño: home e paisaxe*. Tui: Concello de Tui.

Moreno, H. (1990). Relações entre Portugal e a Galiza nos séculos XIV e XV. *Revista da Faculdade de Letras: Historia*, (7), 35-46.

Neves, M. (2008). *Valença e Tui: Relações através dos tempos*. Valença.

Pirenne, H. (1983). *Las ciudades de la edad media*. (6ª ed.). Madrid: Alianza Editorial.

Rey Castelao, O. (1990). *Tuy 1753: según las Respuestas Generales del Catastro de Ensenada*. Madrid: Centro de Gestión catastral y Cooperación Tributaria y Ediciones Tabapress.

Rivas Sanz, J., & Morandi, C. (2007). Generadores de nueva urbanidad: Los espacios Comerciales. *Ciudades*, (10), 19-23.

Romero Portilla, P. (2006). Un Observatorio privilegiado de las relaciones entre Castilla y Portugal:Tui en la Edad Media. In J. Marques(hom), *Estudos em homenagem ao professor doutor José Marques* (págs. 247-259). Porto: Faculdade das letras da universidade do Porto.

Barata, T., & Cachinho Herculano, J. (1996). *Do comércio à distribuição*. s. l: Celta.

Sánchez Carrera, M. (1997). *El bajo Miño en el siglo XV. El espacio y los hombres*. A Coruña: Pedro Barrié de la Maza.

Sánchez Carrera, M. (2004). La vida urbana en el siglo XV. En S. González Soutelo, & M. Cendón Fernández, *Tui, Pasado, Presente y Futuro* (págs. 97-117). Tui: Diputación de Pontevedra: Servicio de publicaciones.

Santos Solla, X. (2006). Fronteiras e cidades históricas como recurso turístico: o caso concreto de Tui. In S. González Soutelo, & M. Cendón Fernández, *Tui. Pasado, Presente y Futuro* (pág. 10). Tui: Diputación de Pontevedra: Servicio de publicaciones.

Santos Solla, X. (2004). Fronteiras e cidades históricas como recursos turísticos. O exemplo de Tui. In S. González Soutelo, & M. Cendón Fernández (coord), *Tui*,

Presente, Pasado y Futuro (págs. 7-15). Tui: Diputación de Pontevedra, Servicio de Publicaciones.

Seara, I., & Baratta, X. (2004). El conjunto catedrático de Tui: territorio, ciudad y monumento. In S. González Soutelo, & M. Cendón Fernandez, (coord), *Tui: Presente, Pasado y Futuro* (págs. 243-259). Tui: Diputación de Pontevedra: Servicio de Publicaciones.

Sierra Bravo, R. (2008). *Técnicas de investigación Social. Teoría y ejercicios (14ª ed.)*. Madrid: Thomson.

Tarrago, M. (1992). urbanismo comercial, respuestas de futuro para el binomio comercio-ciudad. *Distribución y Consumo*, 10-31.

Tarrago, M. (2012). Urbanismo comercial: nuevas perspectivas en España y Europa. In *Jornadas Internacionales sobre Urbanismo y Gestión Comercial: Ponencias y comunicaciones* (págs. 1-10). Soria: Campus Universitario " Duques de Soria".

Vahí, A. (2012). Transformaciones urbanas: nuevos retos para la revitalización de los centros de las ciudades. In *Jornadas internacionales sobre urbanismo y gestión comercial. Ponencias y comunicaciones* (págs. 13-24). Soria: Campus U. " Duques de Soria".

Vila Botanes, S. (1999). *O Tui esquecido*. Tui: Graficas Iaguardia.

Vila-Botanes, S. (2001). *Tui e Valença nos séculos XI a XV: os acontecementos históricos sociais, artísticos e económicos*. Tui: Asociación de Amigos da Catedral de Tui.

Yin, R. (2003). *Case study Research Design and Methods*. California: Sage Publications.

Planes consultados

Tui. Aprobación inicial del PEPCHA/ Plan Específico de Protección del Conjunto Histórico y Artístico de Tui.

Tui. PXOM 2011/ Plan General de Ordenación Municipal.

Normativa/Legislación

Ley 2/1996, de 15 Enero, de ordenación del comercio minorista. B.O. E. Nº 15. Jefatura del Estado.

Ley 1/2004, de 21 Diciembre, de horarios comerciales. B.O.E Nº 307. Jefatura del Estado.

Ley, 1/2010, de 1 Marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. B.O.E Nº 53. Jefatura del Estado.

Ley 12/2012, de 26 Diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios. B.O.E Nº 311. Jefatura del Estado.

Ley 1/2013, de 13 de Febrero, de horarios comerciales en Galicia. D.O.G Nº32. Presidencia de la Xunta de Galicia.

Real Decreto 211/2012, de 25 Octubre, por el que se regula el procedimiento de la autorización comercial autonómica. D.O.G Nº212. Consellería de Economía e Industria.

Real Decreto 404/2013, de 7 de Junio, de mejora del comercio interior. B.O.E Nº 150. Ministerio de Economía y Competitividad.

Bibliografía web específica

ACITUI. (n. d). Xpande: Plan de expansión internacional para PYMEs. Obtenido de <http://www.comerciodetui.es>, En 31 de Diciembre de 2013.

Dere, L. (n. d). *Urbanicom: Ensemble, incontournables devenons!* Obtenido de <http://www.urbanicom.org/portail/english.htm>, Em 5 de Agosto de 2013.

GADISA. (n. d). *Gadisa*. Obtenido de <http://www.gadisa.es/index.php?id=14>, En 27 de Diciembre de 2013.

IGE. (n. d).Población. Obtenido de <http://www.ige.eu>, En 20 de Julio de 2013.

INE. (n. d).Actividad comercial. Obtenido de <http://www.ine.es>, En 20 de Julio de 2013.

Tui. (2012). Aprobación inicial PEPCHA. Obtenido de <http://www.concellodetui.org>, En 25 de Enero de 2014.

ÍNDICE DE IMÁGENES

- Fig. 1. Portada: **Postal de la Calle Ordoñez en 1910**. Expediente 37.129.1._r 5336. Archivo gráfico Deputación Pontevedra,
- Fig. 2 **Pirámide poblacional del 2012**. <http://www.foro-ciudad.com>, en Enero 2014
- Fig. 3 **Residencia de las personas encuestadas, según hombres y mujeres**. De autora, 2014
- Fig. 4 **Esquema interpretativo de la metodología**. De autora, 2014
- Fig. 5 **Diferentes definiciones de centro comercial**. Escudero Gómez L, (2008). *Los centros comerciales: espacios postmodernos de ocio y consumo*.
- Fig. 6 **Diferentes herramientas para la ordenación comercial territorial**. *Gestión de centros Urbanos*, 2012
- Fig. 7 **Tabla realizada a través de los indicadores mostrados en el Doe..** Balsas. C (1999). *Urbanismo comercial em Portugal e a revitalização dos centros históricos*.
- Fig. 8 **Portada del PEPCHA**. <http://www.concellotui.org/php>, (consultada 2014)
- Fig. 9 **Fotografía general de Tui**. Expediente 37.6.1._r 5183, s.d. Archivo gráfico Deputación Pontevedra,
- Fig. 10 **Localización de Tui**. http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Localizaci%C3%B3n_de_Tui.png , En 2014
- Fig. 11 **Fotografía aérea oblicua Tui**. Plan Especial de Protección del Centro Histórico y Artístico, 2011
- Fig. 12 **Representación de la vía XIX**. <http://www.viasatlanticas.depo.es/promocion/MAPA%20VIA%20XIX%20EPOCA%20ROMANA.jpg> (consultada 2013)
- Fig. 13 **Mapa de los caminos medievales**. Diseño de autora basado en el diseño de Ortiz, C. (1992) *El territorio y los caminos en Galicia: Planos históricos de la red viaria*. pág. 106
- ig. 14 **Dibujo representativo de las dos ciudades**. D'Armas Duarte 1507. *Descubrir a historia: Plan Director das fortalezas transfronterizas do Baixo Miño*. pág. 25.
- Fig. 15 **Mapa representativo de las dos ciudades**. *Descubrir a historia: Plan Director das fortalezas transfronterizas do Baixo Miño*. s. d pág. 18.

- Fig. 16 **Procesión del Sto Pelayo, 1925.** Anderson, R. M, en <http://Facebook/imagenessobreTui>, En 2014
- Fig.17 **Mercado de Tui, 1915.** <http://Facebook/imagenessobreTui>, En 2014
- Fig. 18 **Tabla de datos demográficos entre los siglos XVI-XIX.** González Lopo, D.(2004). La ciudad de Tui en época moderna: sociedad y economía. En S. González Soutelo, M. Cedón Fernández, & (coord), *Tui, Presente, Pasado y Futuro*. Tui: Deputación de Pontevedra: Servicio de Publicaciones.
- Fig. 19 **Procedencia de inmigrantes tudenses (1781-1800).** González Lopo, D.(2004). La ciudad de Tui en época moderna: sociedad y economía. En S. González Soutelo, M. Cedón Fernández, & (coord), *Tui, Presente, Pasado y Futuro*. Tui: Deputación de Pontevedra: Servicio de Publicaciones.
- Fig. 20 **Tabla de la evolución demográfica de Tui (2000-2012).** De autora en base a los datos obtenidos del INE e IGE, 2013
- Fig. 21 **Evolución demográfica de la población desde 1842 a 2012.** De autora en base a los datos obtenidos del INE e IGE, 2013
- Fig. 22 **Principales datos económicos del año 2011.** De autora en base a los datos obtenidos del DGT e IGE, 2013
- Fig. 23 **Superficie de Tierras trabajadas durante 1989, 1999 y 2009.** De autora en base a los datos obtenidos del INE e IGE, 2013
- Fig. 24 **Orilla del Miño, s.d.** Peres A. <http://Facebook/imagenessobreTui>, En 2014
- Fig. 25 **Esquema planta pesqueira.** Iglesias Almeida, E. (1984). *Los antiguos portos de Tuy y las barcas de pasage a Portugal*. Tui: de autor.
- Fig. 26 **Mapa de situación de las profesiones durante el siglo XV.** Vila-Botanes, S. (2001). *Tui e Valença nos seculos XI a XV: os acontecementos históricos sociais, artísticos e económicos*. Tui: Asociación de Amigos da Catedral de Tui.
- Fig. 27 **Estructura profesiona de Tui 1753.** Diseño de autora a partir de los datos obtenidos del Catastro de la Ensenada, 2013
- Fig. 28 **Plaza de la verdura em 1924.** Matilda R. <http://Facebook/imagenessobreTui>, En 2014

- Fig. 29 Rutas comerciales entre Portugal y Galicia em el siglo XVI. Daveau, S. *O río minho nas rutas do sal: o abastecemento de Galicia na segunda metade do S.XVI*.
- Fig. 30 **Productos entradas en la Aduana de Tui durante los años 1844-45.** Diseño de autora a partir del Diccionario de Madoz 1846.
- Fig. 31 **El muelle de Tui durante una avenida en 1970.** Dornero en <http://Facebook/imagenesobreTui>, En 2014
- Fig. 32 **Plano de la estructura viaria del siglo XIV.** Diseño de autora en base a un mapa de la Edad Media publicado por Suso Vila-Botanes en “ Tui e Valença nos séculos X- XV”, 2014
- Fig. 33 **Plano actual de Tui.** Diseño de autora a partir de la cartografía del PXOM, 2014
- Fig. 34 **Plaza de Sta. María.** De autora, 2013
- Fig. 35. **Plano actual de Tui de las plazas existentes en el centro histórico con sus respectivos equipamientos.** Diseño de autora a partir de la cartografía del PXOM, 2013
- Fig. 36 **Postal de la Calle Ordoñez en 1910.** Expediente 37.129.1._r 5336. Archivo gráfico Deputación Pontevedra.
- Fig. 37 **Calle Ordoñez.** De autora, 2014
- Fig. 38 **Postal de la plaza consistorial 1930.** Expediente 37.45.1_r5223. Archivo gráfico Deputación Pontevedra.
- Fig. 39 **Mapa actual de los equipamientos del centro histórico y sus proximidades.** Diseño de autora en base a la cartografía del 2011
- Fig. 40 **Museo diocesano de Tui.**
http://www.peirao.com/documento_ver.php?id_tema=13072&id_documento=17379, En 2013
- Fig. 41 **Iglesia S. Francisco y su respectivo convento en la Corredera.**
http://www.turgalicia.es/imagenes/mdaw/mdy5/~edisp/~extract/TURGA069578~1~staticrendition/tg_carrusel_central, En 2014
- Fig. 42 **Palacio de la Justicia situado también en la Corredera.**
<http://franciscobarga.blogspot.es/img/tui9.jpg>, En 2014
- Fig. 43 **Esquema de los fundamentos del urbanismo commercial.** De autora, 2013

- Fig. 44 **Distribución del comercio en el municipio en 1985.** De autora, con base en la cartografía google maps y las licencias comerciales, 2013
- Fig. 45 **Distribución del comercio en el municipio en 1990.** De autora, con base en la cartografía google maps y las licencias comerciales, 2013
- Fig. 46 **Distribución del comercio en el municipio en 1995.** De autora, con base en la cartografía google maps y las licencias comerciales, 2013
- Fig. 47 **Distribución del comercio en el municipio en 2000.** De autora, con base en la cartografía google maps y las licencias comerciales, 2013
- Fig. 48 **Imagen aérea de las Bornetas, Areas.** De autora en base a imagen de google maps aérea, 2013
- Fig. 49 **Distribución del comercio en el municipio en 2005.** De autora, con base en la cartografía google maps y las licencias comerciales, 2013
- Fig. 50 **Distribución del comercio en el municipio en 2010.** De autora, con base en la cartografía google maps y las licencias comerciales, 2013
- Fig. 51 **Localización de los establecimientos actuales según su uso.** Diseño de autora a partir del levantamiento realizado en base a la cartografía existente.
- Fig. 52 **Plantas tipo de establecimiento inferior a 50 m2.** De autora, 2013
- Fig. 53 **Planta tipo de establecimiento entre 50 y 100 m2.** . De autora, 2013
- Fig. 54 **Planta tipo de establecimiento mayor de 100 m2.** De autora, 2013
- Fig. 55 **Tipología de los establecimientos comerciales.** De autora en base al levantamiento realiizado, 2013
- Fig. 56 **Tipos de rótulos metálicos.** De autora, 2013
- Fig. 57 **Tipos de rótulos metálicos.** De autora, 2013

- Fig. 58 **Tipos de rótulos metálicos aplicados sobre paneles.** De autora, 2013
- Fig. 59 **Tipos de rótulos metálicos aplicados sobre paneles.** De autora, 2013
- Fig. 60 **Rótulos impresos únicamente en los toldos de entrada.** De autora, 2013
- Fig. 61 **Rótulos impresos únicamente en los toldos de entrada.** De autora, 2013
- Fig. 62 **Rótulos rectangulares adheridos a la fachada principal.** De autora, 2013
- Fig. 63 **Rótulos rectangulares adheridos a la fachada principal.** De autora, 2013
- Fig. 64 **Rótulos adheridos al escaparate.** De autora, 2013
- Fig. 65 **Rótulos adheridos al escaparate.** De autora, 2013
- Fig. 66 **Rótulos luminosos.** De autora, 2013
- Fig. 67 **Rótulos luminosos.** De autora, 2013
- Fig. 68 **Establecimientos sin rótulos.** De autora, 2013
- Fig. 69 **Establecimientos sin rótulos.** De autora, 2013
- Fig. 70 **Sectores en el que se divide la alimentación en el centro urbano de Tui actualmente.** De autora, 2013
- Fig. 71 **Relación de usos comerciales según las diferentes épocas de Tui.** De autora en base los epígrafes comerciales, 2013
- Fig. 72 **Usos de los establecimientos del centro urbano.** De autora en base al levantamiento realizado, 2013
- Fig. 73 **Grupos en el que se divide el uso textil en el centro urbano de Tui.** De autora en base al levantamiento realizado, 2013
- Fig. 74 **Geolocalización de los placemarks respecto a los lugares de compras de los habitantes de Tui.** De autora con base en fotografía aérea de google maps, 2013
- Fig. 75 **Placemarks de la residencia de los habitantes de Tui y de los lugares más emblemáticos.** De autora con base en fotografía aérea de google maps, 2013

- Fig. 76 **Mapa en el que se representan la residencia de las mujeres y de los hombres cuestionados.** De autora en base a la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2013
- Fig. 77 **Gráfico de tudenses que trabajan en Tui.** De autora en base al cuestionario, 2013
- Fig. 78 **Gráfico de estudios de los tudenses.** De autora en base al cuestionario, 2013
- Fig. 79 **Lugares y elementos más representativos de Tui según los encuestados.** De autora en base al cuestionario, 2013
- Fig. 80 **Ubicación de los lugares y elementos más representativos de Tui según los encuestados.** De autora en base a la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2013
- Fig. 80.1 **Monte Aloia.**
<http://lacomunidad.elpais.com/apolvorinos/2010/4/10/sendabotanica-del-monte-aloia>, En 2013
- Fig. 80.2 **Área panorámica.** De autora, 2013
- Fig. 80.3 **Jardines Troncoso.**
<http://www.minube.com/fotos/rincon/200021/1042561>, En 2013
- Fig. 80.4 **Iglesia Sto. Domingo.**
http://www.turgalicia.es/ficha-recurso?cod_rec=4598&ctre=31, En 2013
- Fig. 80.5 **Corredera.** De autora, 2013
- Fig. 80.6 **Catedral.**
<http://www.riasbaixas.depo.es/web2009/index.php?idMenu=11&idIdioma=1&int1=56>, En 2013
- Fig. 80.7 **Paseo marítimo.**
http://www.vivelanaturaleza.com/viajes_turismo_pontevedra/tui.phpfoto_miño, En 2013
- Fig. 80.8 **Puente Romana Tripes.**
<http://dospedalesmilcaminos.blogspot.com.es/2011/03/ecopista-del-rio-minho-portugal.html>, En 2013
- Fig. 80.9 **Río Miño.**
<http://dospedalesmilcaminos.blogspot.com.es/2011/03/ecopista-del-rio-minho-portugal.html>, En 2013
- Fig. 80.10 **Puente Internacional.**
<http://dospedalesmilcaminos.blogspot.com.es/2011/03/ecopista-del-rio-minho-portugal.html>, En 2013

- Fig. 81 **Elementos representativos según el género.** De autora en base a los cuestionarios, 2013
- Fig. 82 **Elementos representativos según la edad.** De autora en base a los cuestionarios, 2013
- Fig. 83 **Representación espacial según género y edad.** De autora en base a la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2013
- Fig. 84 **Lugares a los que acuden en el centro histórico los habitantes de Tui.** De autora en base a los cuestionarios, 2013
- Fig. 85 **Representación de los sectores más abundantes en el centro histórico.** De autora en base a los cuestionarios, 2013
- Fig. 86 **Uso de los establecimientos según género.** De autora en base a los cuestionarios, 2013
- Fig. 87 **Uso de los establecimientos según grupos de edad.** De autora en base a los cuestionarios, 2013
- Fig. 88 **Distribución espacial de los lugares más visitados en el centro histórico según grupos de edad primeramente y según el género.** De autora en base a los cuestionarios y con base a la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2013
- Fig. 89 **Elementos que menos le gustan a los tudenses según género.** De autora en base a los cuestionarios, 2013
- Fig. 90 **Elementos que menos le gustan a los tudenses según grupos de edad.** De autora en base a los cuestionarios, 2013
- Fig. 91 **Aspectos que destacan los habitantes de Tui como negativos.** De autora en base a los cuestionarios y con base a la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2013
- Fig. 91.1 **Imagen del abandono del centro histórico.** De autora, 2013
- Fig. 91.2 **Teatro municipal.**
<http://bonitoslugaresturisticos.wordpress.com/pueblos/almagro/>,
En 2013
- Fig. 91.3 **Aceras en mal estado.** De autora, 2013
- Fig. 91.4 **Locales vacíos.** De autora, 2013
- Fig. 91.5 **Tráfico intenso.** De autora, 2013
- Fig. 91.6 **Avda. Martinez Padín.** De autora, 2013

- Fig. 91.7 **Zona nueva.** De autora, 2013
- Fig. 91.8 **Aparcamiento área Panorámica.** De autora, 2013
- Fig. 92 **Porcentaje de los lugares transitados a pie en la ciudad de Tui según los encuestados.** De autora en base a los cuestionarios, 2013
- Fig. 93 **Calles transitadas a pie durante el día y durante la noche.** De autora en base a los cuestionarios y con base a la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2013
- Fig. 94 **Llegada al centro de la ciudad.** De autora, 2014
- Fig. 95 **Distancias lineales que recorre la población para acceder a sus compras en Tui.** De autora en base a los cuestionarios y con base a la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2013
- Fig. 96 **Utilización de la ciudad por hombres y mujeres durante el día.** De autora interpretativo en base a los cuestionarios y con base a la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2014
- Fig. 97 **Gráfico de vehículos propios.** De autora, en base al cuestionario, 2013
- Fig. 98 **Gráfico, Conduce habitualmente.** De autora, en base al cuestionario, 2013
- Fig. 99 **Gráfico, Plaza aparcamiento.** De autora, en base al cuestionario, 2013
- Fig. 100 **Representación de los encuestados según tienen vehículo propio y plaza de aparcamiento.** De autora en base a los cuestionarios y con base a la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2013
- Fig. 101 **Establecimientos a los que acuden los encuestados de Tui según género.** De autora, en base al cuestionario, 2013
- Fig. 102 **Representación espacial de los lugares a los que acuden a comprar según hombres y mujeres.** De autora en base a los cuestionarios y con base a la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2013
- Fig. 103 **Establecimientos a los que acuden a los encuestados de Tui según edad.** De autora, en base al cuestionario, 2013
- Fig. 104 **Representación espacial de los lugares a los que acuden a comprar según el grupo de edad.** De autora en base a los

cuestionarios y con base a la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2013

- Fig. 105 **Porcentaje de los encuestados sobre si están de acuerdo con los horarios comerciales.** De autora, en base al cuestionario, 2013
- Fig. 106 **Representación de los establecimientos comerciales según el porcentaje de afluencia de los habitantes de Tui y según la distancia de desplazamientos desde la entrada de la autovía hasta los establecimientos en minutos.** De autora, en base al cuestionario y con base en imagen de <http://Wikipedia.org/tui>, 2013
- Fig. 107 **Porcentaje según género de tudenses en otros establecimientos fuera del municipio.** De autora, en base al cuestionario, 2013
- Fig. 108 **Porcentaje según edad de tudenses en otros establecimientos fuera del municipio.** De autora, en base al cuestionario, 2013
- Fig. 109 **Porcentaje de frecuencia de compras fuera de la ciudad de Tui según grupos de edad.** De autora, 2013
- Fig. 110 **Porcentaje de frecuencia de compras fuera de la ciudad de Tui según hombres y mujeres.** De autora, 2013
- Fig. 111 **Representación de la frecuencia a la que acuden a comprar los ciudadanos de Tui fuera de su ciudad según su domicilio.** De autora en base a los cuestionarios y con base a la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2013
- Fig. 112 **Establecimientos/Equipamientos necesarios en Tui según los encuestados.** De autora, 2013
- Fig. 113 **Diferentes densidades de ocupación de la ciudad.** De autora en base a los cuestionarios y con base a la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2014
- Fig. 114 **Estudio de las pendientes de las calles según su pendiente y los puntos de estacionamiento de bicicletas que se prevén.** PEPCHA, 2014
- Fig. 115 **Entrada a los jardines Troncoso.** De autora, 2014
- Fig. 116 **Entrada a un establecimiento comercial.** De autora, 2014
- Fig. 117 **Transposición de los mapas de movilidad condicionada del PEPCHA.** PEPCHA, 2014
- Fig. 118 **Plano de aparcamientos y vahos permanentes.** PEPCHA, 2014
- Fig. 119 **Distribución de los oficios y equipamientos más destacados en la Edad Media.** Diseño de autora en base al esquema de Vila

Botanes (2001) en *Tui e Valença nos seculos XI a XV: os acontecimentos históricos sociais, artísticos e económicos*. Tui: Asociación de Amigos da Catedral de Tui y con base en a la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2014

Fig. 120 **Representación de los equipamientos y uso de los establecimientos actuales.** De autora en base al levantamiento realizado y con base en la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2014

Fig. 121 **Fotografía del Paseo de la Corredera.** De autora, 2014

Fig. 122 **Fotografía del enlace de la Calle Augusto González Besada con el Paseo de la Corredera.** De autora, 2014

Fig. 123 **Mercadillo semanal.**
http://fotos02.farodevigo.es/2009/07/08/646x260/2009-07-08_IMG_2009-07-08_23:05:56_cobaixo.jpg, En 2014

Fig. 124 **Fiestas en honor a San Telmo.**
<http://blogelearning2222.wordpress.com/tag/tui/>, En 2014

Fig. 125 **Local de ocio situado en el centro situado en el centro histórico.** De autora, 2014

Fig. 126 **Diversas cafeterías en la Corredera.** De autora, 2014

Fig. 127 **Teatro municipal en situación de abandono.**
<http://bonitoslugaresturisticos.wordpress.com/pueblos/almagro/>, En 2014

Fig. 128 **Área panorámica.** De autora, 2014

Fig. 129 **Jardines Troncoso.** De autora, 2014

Fig. 130 **Parte del paseo fluvial.** De autora, 2014

Fig. 131 **Parte del alzado del sur de la ciudad.** PEPCHA, 2014

Fig. 132 **Matriz DAFO.** De autora, 2014

Fig. 133 **Esquema de desplazamiento de los establecimientos comercial a lo largo de los años.** De autora en base a las licencias comerciales y con base en la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2014

Fig. 134 **Densidad de ocupación.** De autora en base al cuestionario y con base en la cartografía de Bing Maps IGN y fotografía aérea google earth, 2014.

ANEXOS

ANEXO 1

- Cuestionario
- Respuestas de los cuestionarios

ANEXO 2

- Fichas de levantamiento

ANEXO 1- Cuestionario realizado por la población de Tui

Urbanismo comercial en Tui

1- ¿QUÉ EDAD TIENE?

15-24 AÑOS ☐ 25-35AÑOS ☐ 36-45AÑOS ☐ 46-64AÑOS ☐ +65AÑOS ☐

2- ¿CÚAL ES SU GÉNERO?

MASCULINO ☐ FEMENINO ☐

3- ¿CÚAL ES SU RESIDENCIA? (Indica sólo el nombre de la calle)

.....

4- ¿TRABAJA USTED EN TUI?

SI ☐ NO ☐

5- ¿CÚALES SON SUS ESTUDIOS?

DIPLOMATURA O SIMILAR ☐ ESTUDIOS SUPERIORES ☐ GRADO MEDIO ☐ ESTUDIOS PRIMARIOS ☐ SIN ESTUDIOS ☐

6- ¿TIENE COCHE PROPIO? SI ☐ NO ☐ 6B. ¿CONDUCE HABITUALMENTE? SI ☐ NO ☐ 6C. ¿TIENE PLAZA DE APARCAMIENTO? SI ☐ NO ☐

.....

7- INDICA TRES LUGARES A LOS QUE SUELES IR A COMPRAR EN TUI. Nombre del establecimiento y calle

.....

8- ¿CON QUÉ FRECUENCIA SUELES COMPRAR FUERA DE LA CIUDAD DE TUI?

CADA DÍA ☐ 1-2VECES POR SEMANA ☐ 1-2VECES AL MES ☐ CADA 3 MESES ☐ CADA 6 MESES ☐

9- ¿CUÁLES SON LOS LUGARES QUE SUELES IR EN EL CASCO HISTÓRICO?

.....

10- ¿QUÉ TIPO DE COMERCIO NECESITA/ FALTA EN TUI?

.....

11- ¿SON ADECUADOS LOS HORARIOS DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES A TUS NECESIDADES? SI ☐ NO ☐

12- INDICA TRES LUGARES FUERA DE TUI A LOS QUE ACUDE A COMPRAR. Indicar nombre a ser posible

.....

13- ¿CUÁLES SON LOS TRES ELEMENTOS/LUGARES MÁS REPRESENTATIVOS DE TUI?

.....

14- ¿A QUE LUGARES DE TUI SUELES IR A PIE?

.....

15- ¿CUÁLES SON LOS LUGARES/ ELEMENTOS DE TUI QUE MENOS TE GUSTAN?

.....

NOTA

ESTA ENCUESTA SE REALIZA PARA LA DISERTACIÓN FIN DE CARRERA DE ARQUITECTURA DENOMINADA "REGENERACIÓN DEL CENTRO URBANO DE TUI A TRAVÉS DEL URBANISMO COMERCIAL". TODOS LOS DATOS SON TRATADOS DE FORMA ANÓNIMA Y SÓLO SE UTILIZARÁN EXCLUSIVAMENTE PARA DICHO TRABAJO

ANEXO 1- Respuestas al cuestionario de la población.

Se organizan mediante un número asignado a cada cuestionario que corresponde con la columna de la derecha y el número de la pregunta. Las preguntas encadenadas o con una respuesta múltiple se le asignan una letra.

nº encuesta/pregunta	1	2	3	4	5
1	25-35	F	CALDELAS TUI	NO	GRADO MEDIO
2	25-35	M	POZÓN	NO	PRIMARIOS
3	25-35	F	CALDELAS TUI	NO	SUPERIORES
4	65	M	999	NO	PRIMARIOS
5	46-64	F	CALDELAS TUI	NO	PRIMARIOS
6	25-35	F	CALDELAS TUI	SI	GRADO MEDIO
7	36-45	F	CORREDERA	NO	SUPERIORES
8	46-64	F	BORNETAS	NO	PRIMARIOS
9	15-24	F	PAZOS REYES	SI	PRIMARIOS
10	46-64	M	PAZOS REYES	SI	PRIMARIOS
11	25-35	M	ARCOS	NO	PRIMARIOS
12	46-64	F	ARCOS	SI	PRIMARIOS
13	46-64	F	ARCOS	SI	PRIMARIOS
14	36-45	F	PAZOS REYES	NO	GRADO MEDIO
15	46-64	M	ARCOS	NO	SIN ESTUDIOS
16	25-35	F	PAZOS REYES	NO	PRIMARIOS
17	25-35	F	ARCOS	NO	SUPERIORES
18	25-35	F	COMPOSTELA	NO	SUPERIORES
19	25-35	M	COMPOSTELA	NO	GRADO MEDIO
20	25-35	M	GUILLAREI	NO	PRIMARIOS
21	25-35	F	PAZOS REYES	NO	SUPERIORES
22	46-64	F	PAZOS REYES	NO	PRIMARIOS
23	46-64	M	PAZOS REYES	SI	PRIMARIOS
24	25-35	M	PAZOS REYES	SI	GRADO MEDIO
25	36-45	F	PLAZA/PARAMOS	NO	GRADO MEDIO
26	36-45	M	PLAZA/PARAMOS	NO	GRADO MEDIO
27	25-35	F	C/OYA	NO	SUPERIORES
28	36-45	M	GONZALEZ BESADA	NO	GRADO MEDIO
29	25-35	F	BARTOLOME	SI	SUPERIORES
30	25-35	F	COLON	NO	DIPLOMATURA
31	36-45	M	COLON	NO	DIPLOMATURA
32	25-35	M	FOXO	SI	GRADO MEDIO
33	25-35	M	OURENSE	NO	SUPERIORES
35	36-45	F	GONZALEZ BESADA	SI	SUPERIORES
36	65	F	999	SI	PRIMARIOS
37	25-35	F	AVENIDA MARTINEZ	NO	DIPLOMATURA
38	25-35	F	GONZALEZ BESADA	NO	GRADO MEDIO
39	25-35	F	CANONIGO VALIÑO	NO	SUPERIORES
40	25-35	F	BAYONA	SI	DIPLOMATURA
41	36-45	M	BAYONA	SI	DIPLOMATURA
42	36-45	F	AREAS	NO	PRIMARIOS
43	36-45	F	AVENIDA PORTUGAL	SI	GRADO MEDIO
44	15-24	F	AVENIDA PORTUGAL	SI	DIPLOMATURA
45	46-64	F	AVENIDA PORTUGAL	SI	GRADO MEDIO
46	36-45	F	PAZOS REYES	SI	PRIMARIOS
47	46-64	F	TENENCIA	NO	PRIMARIOS
48	36-45	M	TENENCIA	NO	DIPLOMATURA

nº cuest/nºpregunta	6A	6 B	6 C	7A	7B
1	SI	SI	SI	OUTLET	GUILLAREY
2	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	DYCAR(COLON)
3	SI	SI	NO	FROIZ(ABOY)	FERRETERIA CORTEGOSOS(BESADA)
4	SI	SI	NO	FAMILIA(CALVO SOTELO)	DIA(COLON)
5	NO	NO	NO	FAMILIA(CALVO SOTELO)	FARMACIA (BESADA)
6	SI	SI	NO	FROIZ(ABOY)	OTZI(ROSA BAHAMONTE)
7	SI	SI	SI	VOLVORETA(CALVO SOTELO)	J. PAZOS (ABOY)
8	NO	NO	NO	HALEY(Areas)	MONTES(BESADA)
9	NO	NO	NO	MONTES(BESADA)	LIBRERÍA VALVERDE(BESADA)
10	SI	SI	SI	MONTES(BESADA)	MATERIALES CONST. LOURA(GUILLAREY)
11	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	OUTLET(AREAS)
12	NO	NO	NO	FROIZ(ABOY)	DIA(COLON)
13	SI	SI	NO	FROIZ(ABOY)	PLAZA ABASTOS
14	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	PLENO MODAS(ABOY)
15	SI	SI	SI	HALEY(Areas)	FROIZ(BESADA)
16	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	CHIC COMPLEMENTOS(ROSA BAHAMONDE)
17	SI	SI	NO	9	HALEY(AREAS)
18	SI	SI	SI	FROIZ(CORREDERA	FRUTAS MEJOR(COMPOSTELA9
19	SI	SI	NO	FROIZ(ABOY)	PLAZA ABASTOS
20	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	HALEY(AREAS)
21	SI	SI	NO	ZAIDA(FOXO)	HALEY(AREAS)
22	NO	NO	NO	FROIZ(ABOY)	MONTES(BESADA)
23	SI	SI	NO	FERRETERIA FREIRIA	ESCAVOLAS DO MIÑO(AREAS)
24	SI	SI	NO	FROIZ(ABOY)	J. PAZOS (ABOY)
25	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	FAMILIA(CORREDERA)
26	SI	SI	NO	HALEY(Areas)	DIA(AREAS)
27	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	NANMASDERO (CALVO SOTELO)
28	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	HORTA VERDE(ABOY)
29	SI	NO	SI	DIA(COLON)	FAMILIA(CORREDERA)
30	SI	SI	SI	OTZI(FOXO)	FROIZ(ABOY)
31	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	INERCIA(CORREDERA)
32	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	VETERINARIO(COLON)
33	SI	SI	SI	OTZI(FOXO)	INERCIA(CORREDERA)
35	SI	NO	NO	HERBOLARIO (GALERIAS)	FROIZ(CORREDERA)
36	NO	NO	NO	FROIZ(ABOY)	FAMILIA(CORREDERA)
37	SI	SI	SI	TU TE (MARISTAS)	HALEY(AREAS)
38	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	OUTLET(AREAS)
39	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	VOLVORETA
40	SI	SI	SI	ECOTIENDA(Aboy)	HALEY(AREAS)
41	SI	SI	SI	HALEY(Areas)	LIDL
42	SI	SI	NO	DIA(AREAS)	HALEY(AREAS)
43	SI	SI	NO	LIDL	DIA(AREAS)
44	SI	SI	NO	LIDL	HALEY(AREAS)
45	SI	SI	SI	HALEY(Areas)	FROIZ(ABOY)
46	SI	SI	SI	FROIZ(CORREDERA	PLAZA ABASTOS
47	NO	NO	NO	PLAZA ABASTOS	FROIZ(CORREDERA)
48	SI	SI	SI	FROIZ(CORREDERA	HALEY(AREAS)
49	NO	NO	NO	FERRETERIA FREIRIA	BAZAR FERREIRA AV PORTU

nº cuest/nºpregunta	7C	8	9A	9B
1	LIDL	3 MESE	CAFÉ CENTRAL	CAFÉ AMADEUS
2	FARMACIA(CALVO SOTELO)	1-2 MES	CAFÉ CENTRAL	FORNOS
3	CHINO(CONCORDIA)	1-2 MES	CAFÉ CENTRAL	FORNOS
4	FROIZ(ABOY9	1-2 SEMANA	999	999
5	FERRETERIA CORTEGOSOS(BESADA)	1-2 MES	AYUNTAMIENTO	CATEDRAL
6	FARMACIA(CASAL ABOY)	3 MESE	HACIENDA	CAFÉ CENTRAL
7	MI CASA(ABOY)	1-2 SEMANA	CATEDRAL	999
8	ZARIFA(ROSA BAHAMONDE)	3 MESE	IGLESIA MISERICORDIA	CATEDRAL
9	HALEY(AREAS)	3 MESE	IGLESIA MISERICORDIA	CONVENTO
10	999	3 MESE	IGLESIA MISERICORDIA	CATEDRAL
11	HALEY(AREAS)	1-2 MES	999	999
12	HALEY(AREAS)	1-2 MES	AYUNTAMIENTO	CATEDRAL
13	LA TORTA(PLAZA)	6 MESES	CATEDRAL	AYUNTAMIENTO
14	LIBRERÍA VALVERDE(BESADA)	1-2 MES	CATEDRAL	CONVENTO
15	LIDL(AREAS)	6 MESES	HACIENDA	POLICIA
16	NATALIA BARCIA (COLON)	3 MESE	CATEDRAL	POLICIA
17	LIDL(AREAS)	3 MESE	CATEDRAL	PLAZA ESTRELLA
18	PANADERIA JULIO(LUGO)	1-2 MES	CAFÉ CENTRAL	CAFÉ AMADEUS
19	OUTLET(AREAS)	1-2 SEMANA	CAFÉ CENTRAL	CAFÉ AMADEUS
20	999	1-2 MES	NINGUNO	999
21	PLENO MODAS(ABOY)	CADA DIA	AYUNTAMIENTO	CATEDRAL
22	MM3(LUGO)	3 MESE	CASA DE LA JUVENTUD	999
23	999	1-2 SEMANA	CATEDRAL	999
24	HALEY(AREAS)	3 MESE	CATEDRAL	999
25	PLAZA ABASTOS	1-2 SEMANA	AYUNTAMIENTO	HACIENDA
26	LIDL	1-2SEMANA	NINGUNO	999
27	OTZI(FOXO)	1-2 MES	FORNOS	DIMARCO
28	CARLIN(ABOY)	1-2 SEMANA	CAFÉ CENTRAL	DIMARCO
29	FROIZ(CORREDERA)	1-2 MES	HACIENDA	DIMARCO
30	VETERINARIA TUI(ABOY)	1-2 MES	FORNOS	HACIENDA
31	CYTILABAB	1-2 MES	CAFÉ CENTRAL	FORNOS
32	FERRETERIA(COLON)	1-2 MES	CAFÉ CENTRAL	CAFÉ AMADEUS
33	ESTANCO(AV PORTUGAL)	6 MESES	FORNOS	FOTOTECA
35	FROIZ(ABOY9	1-2 MES	MIRADOR	CALLES VIEJAS
36	DIA(COLON9	3 MESE	999	999
37	999	1-2 SEMANA	CATEDRAL	FORNOS
38	999	3 MESE	FORNOS	PASEO RIO
39	OUTLET(AREAS)	1-2 SEMANA	CAFÉ CENTRAL	VINOTECA GARCIA
40	FROIZ(ABOY)	6 MESES	FORNOS	CAFÉ CENTRAL
41	DIA	999	PASEO RIO	FORNOS
42	LIDL	3 MESE	999	999
43	ESTANCO(AV PORTUGAL)	3 MESE	CAFÉ AMADEUS	CAFÉ CENTRAL
44	ESTANCO(AV PORTUGAL)	1-2 MES	FORNOS	LICUORE
45	ESTANCO(AV PORTUGAL)	3 MESE	CATEDRAL	PASEO RIO
46	HALEY(AREAS)	6 MESES	CATEDRAL	PASEO RIO
47	FARMACIA(MARTINEZ PADIN)	6 MESES	AYUNTAMIENTO	999
48	DIA(AREAS	6 MESES	NINGUNO	999
49	FARMACIA ALVAREZ(BESADA)	6 MESES	CORREDERA	999

nº cuest/nºpregunta	9 C	10	11
1	HACIENDA	CENTRO COMERCIAL	SI
2	999	CENTRO COMERCIAL	SI
3	999	999	SI
4	999	MERCADONA	SI
5	CONVENTO	COMERCIO CERA	NO
6	FORNOS	ZAPATERIA,GIMNASIO,SPA	SI
7	999	ROPA ADOLESCENTE	SI
8	CONVENTO	CINE	SI
9	999	CINE	SI
10	999	CINE	SI
11	999	999	SI
12	POLICIA	ZAPATERIA INFANTIL	SI
13	POLICIA	TEXTIL	SI
14	999	TEXTIL	SI
15	AYUNTEMIENTO	999	SI
16	AYUNTEMIENTO	COMIDAS PARA LLEVAR, CINE	SI
17	AYUNTEMIENTO	TEXTIL	NO
18	CAFÉ MONUMENTAL	ASADOR	SI
19	CAFÉ MONUMENTAL	SALON DE JUEGOS	SI
20	999	CINE	SI
21	IGLESIA SANTO DOMINGO	INDITEX	NO
22	999	INDITEX	SI
23	999	999	SI
24	999	999	SI
25	SEGURIDAD SOCIAL	ROPA Y CALZADO	SI
26	999	BRICOLAJE A GRAN ESCALA	NO
27	CAFÉ CENTRAL	ROPA Y CALZADO	SI
28	FORNOS	DEPORTES VARIOS	SI
29	TAPAS E VIÑOS	SEGUNDA MANO BEBE	SI
30	FOTOTECA	MERCADONA	SI
31	JAUQUEIVI TAPRIA	CLINICAS ESPECIALIZADAS, PISTAS DEPORTIVAS	SI
32	FOTOTECA	PARQUE MULTIAVENTURA	SI
33	CATEDRAL	CINE	SI
35	999	CENTRO DIA	SI
36	999	CENTRO DIA	SI
37	CAFÉ CENTRAL	MERCADONA	SI
38	999	FRUTERIA-ROPA	SI
39	FORNOS	ROPA-ZAPATERIA	SI
40	VINOS Y TAPAS	999	NO
41	999	999	NO
42	999	CINE	SI
43	PASEO RIO	CENTRO COMERCIAL	SI
44	SONORO	999	SI
45	CORREDERA	CENTRO COMERCIAL	SI
46	999	CENTRO COMERCIAL	SI
47	999	FARMACIA	SI
48	999	CENTRO COMERCIAL	SI
49	999	PISCINA PUBLICA	SI

nº cuest/nºpregunta	12 A	12 B	12 C
1	PORRIÑO(CORTE INGLÉS)	VIGO (STRADIVARIOS)	VIGO(BLANCO)
2	VIGO(MERCADONA)	VIGO(CARREFOUR)	SALCEDA(PANADERIA)
3	VIGO(MERCADONA)	VIGO(CARREFOUR)	SALCEDA(PANADERIA)
4	VIGO(MERCADONA)	ALCAMPO(VIGO)	PORTUGAL
5	SALCEDA(PLAZA ABASTOS)	ALCAMPO(VIGO)	PORTUGAL
6	VIGO(GRAN VÍA)	VIGO(PRINCIPE)	999
7	VIGO(CORTE INGLES)	VIGO(GRAN VIA)	PORRIÑO
8	VIGO(KIABI)	ALCAMPO(VIGO)	PORRIÑO
9	VIGO(KIABI)	ALCAMPO(VIGO)	PORRIÑO
10	VIGO(BRICOKING)	ALCAMPO(VIGO)	999
11	VIGO	PORRIÑO	PONTEAREAS
12	VIGO	PORTUGAL	PORRIÑO
13	VIGO	PUXEIROS	PORTUGAL
14	PORTUGAL	PORRIÑO(BRICOKINK)	VIGO(KIABI)
15	VIGO	PORTUGAL	999
16	VIGO	SALCEDA	PORRIÑO
17	VIGO	PORRIÑO	PORTUGAL
18	PORRIÑO(CORTE INGLÉS)	VIGO(GRAN VÍA)	999
19	VIGO(GRANVIA9	PORTUGAL	PORTUGAL
20	VIGO	999	999
21	VIGO(ZARA)	VIGO(CORTE INGLES)	VIGO (MANGO)
22	VIGO(CORTE INGLES)	VIGO(ZARA)	PUXEIROS (DECATLON)
23	999	999	999
24	999	999	999
25	VIGO	PORRIÑO	PORTUGAL
26	VIGO(KIABI)	PUXEIROS	PUXEIROS (DECATLON)
27	VIGO(ZARA)	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CARREFUR)
28	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(MERCADONA)	PUXEIROS (DECATLON)
29	VIGO(MERCADONA)	PORRIÑO	ORENSE
30	VIGO(MERCADONA)	VIGO(KIABI)	PUXEIROS (DECATLON)
31	VIGO(Ca)	VIGO(CORTE INGLES)	PUXEIROS (DECATLON)
32	PORRIÑO(CORTE INGLÉS)	PORRIÑO	PORRIÑO
33	VIGO(CORTE INGLES)	PUXEIROS	VIGO
35	VIGO(MERCADONA)	VIGO(GRAN VIA)	VIGO(CASALDELLIBRO)
36	VIGO	PORRIÑO	999
37	VIGO(MERCADONA)	999	999
38	VIGO(GRANVIA9	PORRIÑO(CORTE INGLES)	PORTUGAL
39	VIGO	999	999
40	999	999	999
41	999	999	999
42	PORTUGAL	PORTUGAL	VIGO(MERCADONA)
43	VIGO	VIGO	VIGO
44	REDONDELA	VIGO	PORTUGAL
45	PORRIÑO(CORTE INGLÉS)	VIGO(BRICOKING)	MERCADONA(PORRIÑO9
46	VIGO(CARREFUR)	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(GRAN VIA)
47	PUXEIROS(DECATLON)	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CARREFUR)
48	PUXEIROS(DECATLON)	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CORTE INGLES)
49	PORTUGAL	VIGO(ALCAMPO)	FRANCISCO (TOMIÑO)

nº cuest/nºpregunta	13 A	13 B	13 C
1	CATEDRAL	PASEO CORREDERA	PASEO RIO
2	CATEDRAL	CASCO VIEJO	MONTE ALOIA
3	CATEDRAL	MIÑO	MONTE ALOIA
4	CATEDRAL	PASEO RIO	PASEO CORREDERA
5	CATEDRAL	PUENTE INTERNACIONAL	GLORIETA
6	PUENTE INTERNACIONAL	MONTE ALOIA	PASEO CORREDERA
7	CATEDRAL	PASEO CORREDERA	PASEO RIO
8	CATEDRAL	MONTE ALOIA	CONVENTO
9	CATEDRAL	BIBLIOTECA	PUBS
10	CATEDRAL	AREA PANORÁMICA	999
11	CATEDRAL	PUENTE INTERNACIONAL	PASEO CORREDERA
12	CATEDRAL	PASEO CORREDERA	PUENTE INTERNACIONAL PUENTE ROMANO (VEIGA LOURO)
13	PUENTE INTERNACIONAL	IGLESIA STO DOMINGO	
14	CATEDRAL	AREA PANORÁMICA	ESCULTURA CALVO SOTELO
15	CATEDRAL	PUENTE INTERNACIONAL	MONTE ALOIA
16	CATEDRAL	MONTE ALOIA	999
17	CATEDRAL	MONTE ALOIA	PUENTE INTERNACIONAL
18	CATEDRAL	PASEO CORREDERA	MONTE ALOIA
19	PUENTE INTERNACIONAL	MIÑO	MONTE ALOIA
20	CATEDRAL	PASEO CORREDERA	MONTE ALOIA
21	CATEDRAL	PASEO CORREDERA	MONTE ALOIA
22	CATEDRAL	MONTE ALOIA	MIÑO
23	MONTE ALOIA	999	999
24	CATEDRAL	MONTE ALOIA	MIÑO
25	CATEDRAL	MONTE ALOIA	PASEO CORREDERA
26	CATEDRAL	MONTE ALOIA	PASEO RIO
27	CATEDRAL	MONTE ALOIA	MIÑO
28	PASEO CORREDERA	PASEO RIO	TEATRO
29	CATEDRAL	PASEO CORREDERA	JARDINES
30	PASEO CORREDERA	PASEO RIO	ZONA VIEJA
31	CATEDRAL	MIÑO	PUENTE INTERNACIONAL
32	CATEDRAL	MONTE ALOIA	MIÑO
33	CABALLOS	PUENTE INTERNACIONAL	CATEDRAL
35	CATEDRAL	PASEO RIO	PASEO CORREDERA
36	CATEDRAL	PASEO RIO	PANORAMICA
37	CATEDRAL	PASEO RIO	ALAMEDA
38	CATEDRAL	PASEO CORREDERA	PASEO RIO
39	CATEDRAL	PASEO CORREDERA	PASEO RIO
40	MONTE ALOIA	PASEO RIO	CASCO HIST.ORICO
41	MONTE ALOIA	RIO	PASEO RIO
42	MONTE ALOIA	PARQUE PENEDO	CATEDRAL
43	MONTE ALOIA	PUENTE INTERNACIONAL	CORREDERA
44	CATEDRAL	PUENTE INTERNACIONAL	FIESTAS
45	CATEDRAL	CORREDERA	PUENTE INTERNACIONAL
46	CATEDRAL	MONTE ALOIA	PUENTE INTERNACIONAL
47	PUENTE INTERNACIONAL	999	999
48	PUENTE INTERNACIONAL	MONTE ALOIA	CASCO HIST.ORICO
49	CATEDRAL	MONTE ALOIA	RIO MIÑO

nº cuest/nºpregunta	14 A	14 B	15
1	CENTRO	CASCO VIEJO	999
2	CENTRO	CASCO VIEJO	ANTIGUO TEATRO
3	CENTRO	CASCO VIEJO	PASOS ELEVADOS
4	PASEO RIO	CORREDERA	PLAZA ABASTOS
5	AYUNTAMIENTO	999	ABANDONO CENTRO HISTORICO
6	CATEDRAL	999	ZONA CANFRAN(AVENIDA CONCORDIA)
7	TODOS	999	ABANDONO CENTRO HISTORICO
8	CENTRO	999	CENTRO SALUD
9	CORREDERA	BIBLIOTECA	APARCAMIENTO
		MACOCA(MONTE ALOIA)	
10	MARISTAS		CENTRO SALUD
11	CORREDERA	999	TEATRO PRINCIPAL RUINAS
12	CORREDERA	PLAZA ABASTOS	MALA IMAGEN FACHADAS CORREDERA
13	CENTRO MEDICO	BESADA	APARCAMIENTO
14	PASEO RIO	BESADA	ABANDONO CENTRO HISTORICO
15	CENTRO MEDICO	999	APARCAMIENTO
16	CORREDERA	999	TEATRO PRINCIPAL RUINAS
17	CORREDERA	BIBLIOTECA	999
18	ARENERAS	PENEDO	ZONA NUEVA
19	CENTRO	ALAMEDA	CORREDERA
20	NINGUNO	999	APARCAMIENTO
21	NINGUNO	999	AVENIDA CONCORDIA
22	TODOS	999	PLAZA ABASTOS
23	NINGUNO	999	999
24	NINGUNO	999	APARCAMIENTO
25	AYUNTAMIENTO	HACIENDO	ZONA NUEVA
26	NINGUNO	999	APARCAMIENTO
27	CENTRO	999	ZONA NUEVA
28	CENTRO	999	APARCAMIENTO
29	TODOS	999	APARCAMIENTO
30	TODOS	999	ACERAS COLON
31	PASEO RIO	999	PINTADAS
32	TODOS	999	BESADA ABANDONADA
33	PASEO RIO	CENTRO	CENTRO SALUD
35	TODOS	999	MARTINEZ PADIN EDIFICIO
36	TODOS	999	CENTRO SALUD
37	TODOS	999	ABANDONO CENTRO HISTORICO
38	TODOS	999	ZONA NUEVA
39	TODOS	999	ZONA NUEVA
40	TODOS	999	CORREDERA
41	999	999	ZONA NUEVA
42	PASEO RIO	999	APARCAMIENTO
43	TODOS	999	APARCAMIENTO
44	AV PORTUGAL	999	APARCAMIENTO
45	TODOS	999	LO POCO CUIDADO QUE ESTA LA CIUDAD
		PUENTE	
46	SAN BARTOLOME	INTERNACIONAL	APARCAMIENTO
47	PLAZA ABASTOS	999	CASCO HISTORICO
48	RIO	999	APARCAMIENTO
49	CENTRO	999	NINGUNO

nº cuest/nºpregunta	1	2	3	4	5	6A
50	36-45	F	TENENCIA	SI	PRIMARIOS	SI
51	36-45	F	TENENCIA	NO	PRIMARIOS	SI
52	25-35	M	PAZOS REYES	NO	PRIMARIOS	SI
53	15-24	F	LAS VALIÑAS	NO	GRADO MEDIO	NO
54	25-35	M	CONCORDIA	NO	GRADO MEDIO	SI
55	36-45	F	CASAL ABOY	SI	GRADO MEDIO	NO
56	36-45	M	REBORDANS	SI	PRIMARIOS	SI
57	36-45	F	SAN TELMO	SI	GRADO MEDIO	SI
58	15-24	F	COMPOSTELA	SI	GRADO MEDIO	SI
59	36-45	M	ROLLO	NO	PRIMARIOS	NO
60	36-45	M	RANDUFE	NO	PRIMARIOS	SI
61	36-46	M	RANDUFE	NO	PRIMARIOS	SI
62	65	M	999	NO	PRIMARIOS	SI
63	36-45	F	RANDUFE	NO	PRIMARIOS	NO
64	46-64	F	CARRETERA LA GUARDIA	NO	PRIMARIOS	NO
65	36-45	F	CARRETERA LA GUARDIA	NO	PRIMARIOS	SI
66	46-64	F	CASAL ABOY	SI	PRIMARIOS	SI
67	36-45	F	CONCORDIA	SI	SUPERIORES	SI
68	46-64	F	CUENCA	NO	SUPERIORES	SI
69	36-45	F	COLON	NO	SUPERIORES	SI
70	25-35	M	REBORDANS	SI	PRIMARIOS	SI
71	25-35	F	RANDUFE	NO	PRIMARIOS	SI
72	25-35	F	GUILLAREI	NO	PRIMARIOS	SI
73	46-64	F	RIBADELOURO	NO	PRIMARIOS	SI
74	36-45	F	PARAMOS	SI	GRADO MEDIO	SI
75	65	M	COMPOSTELA	NO	SIN ESTUDIOS	NO
76	46-64	M	REBORDANS	NO	PRIMARIOS	SI
77	25-35	M	GUILLAREI	NO	PRIMARIOS	NO
78	46-64	F	CORREDERA	NO	PRIMARIOS	NO
79	15-24	F	GUILLAREI	NO	GRADO MEDIO	NO
80	25-35	F	RANDUFE	NO	PRIMARIOS	SI
81	36-45	F	RANDUFE	NO	PRIMARIOS	SI
82	46-64	F	RANDUFE	NO	PRIMARIOS	SI
83	36-45	F	COLON	NO	GRADO MEDIO	NO
84	36-45	M	CALZADA	SI	SUPERIORES	SI
85	36-45	F	CORREDERA	SI	GRADO MEDIO	SI
86	36-45	M	COLON	SI	PRIMARIOS	SI
87	46-64	F	GUILLAREI	NO	PRIMARIOS	SI
88	25-35	F	RANDUFE	SI	PRIMARIOS	SI
89	15-24	M	AREAS	NO	GRADO MEDIO	SI
90	15-24	M	CONCORDIA	NO	SUPERIORES	SI
91	15-24	F	AVENIDA MARTINEZ	SI	GRADO MEDIO	SI
92	15-24	F	LUGO	NO	GRADO MEDIO	NO
93	15-24	F	COLON	NO	PRIMARIOS	NO
94	15-24	M	BESADA	NO	SUPERIORES	SI
95	46-64	F	CORBACEIRAS	NO	PRIMARIOS	NO
96	46-64	F	CORREDERA	NO	PRIMARIOS	NO
97	25-35	F	CORREDERA	NO	PRIMARIOS	SI
98	46-64	F	CORBACEIRAS	NO	PRIMARIOS	SI
99	36-45	F	CONCORDIA	SI	GRADO MEDIO	SI
100	46-64	M	CUENCA	NO	GRADO MEDIO	NO
101	25-35	F	AREAS	NO	PRIMARIOS	SI
102	25-35	M	CONCORDIA	SI	GRADO MEDIO	SI

nº cuest/nºpregunta	6A	6 B	6 C	7A	7B
50	SI	SI	SI	FROIZ(CORREDERA	MONTES(BESADA)
51	SI	SI	NO	HALEY(Areas)	LIDL
52	SI	SI	SI	PLAZA ABASTOS	HALEY(AREAS)
53	NO	NO	NO	FROIZ	DIA
54	SI	SI	SI	FROIZ(CONCORDIA	MUNDO COPIAS(MARISTAS)
55	NO	NO	NO	CIVITAS(CASAL ABOY)	FROIZ(ABOY)
56	SI	SI	NO	TIEN 21	FROIZ(CORREDERA)
57	SI	SI	NO	FROIZ(CORREDERA	CAFETERIA 13(ALBOIO)
58	SI	SI	NO	FROIZ(ABOY)	LIDL
59	NO	NO	NO	FROIZ	HALEY(AREAS)
60	SI	SI	SI	FROIZ	FERRETERIA CORTEGOSOS(BESADA)
61	SI	SI	SI	HALEY(Areas)	FERRETERIA CORTEGOSOS(BESADA)
62	SI	SI	NO	LIDL	PLAZA ABASTOS
63	NO	SI	NO	DIA	FROIZ
64	NO	NO	NO	HALEY(Areas)	LIDL
65	SI	SI	SI	HALEY(Areas)	DIA
66	SI	SI	SI	FROIZ	DIA
67	SI	SI	SI	FARMACIA	LIDL
68	SI	SI	NO	LIDL	CARLIN
69	SI	SI	SI	FROIZ	DIA
70	SI	SI	NO	FROIZ	HALEY(AREAS)
71	SI	SI	NO	FROIZ	HALEY(AREAS)
72	SI	SI	NO	PLAZA ABASTOS	FROIZ
73	SI	SI	SI	FROIZ	DIA
74	SI	SI	SI	FROIZ	FLORES RITA
75	NO	NO	NO	FROIZ	999
76	SI	SI	NO	FROIZ(CONCORDIA	PLAZA ABASTOS
77	NO	NO	NO	FROIZ(CORREDERA	VODAFONE(LUGO)
78	NO	NO	NO	FROIZ(CORREDERA	VOLVORETA
79	NO	SI	SI	HALEY(Areas)	FROIZ
80	SI	SI	SI	HALEY(Areas)	LIDL
81	SI	SI	SI	FROIZ	LIDL
82	SI	SI	SI	HALEY(Areas)	LIDL
83	NO	NO	NO	FROIZ	OUTLET(AREAS)
84	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	HALEY(AREAS)
85	SI	SI	SI	OUTLET	FERRETERIA CORTEGOSOS(BESADA)
86	SI	SI	SI	FRUTAS ALVARES(ABOI)	FROIZ(ABOY)
87	SI	NO	SI	FRUTAS ALVARES(ABOI)	PLAZA ABASTOS
88	SI	SI	NO	PLENO MODAS	HALEY(AREAS)
89	SI	SI	SI	HALEY(Areas)	LIDL
90	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	FERRETERIA CORTEGOSOS(BESADA)
91	SI	SI	SI	FROIZ(ABOY)	CHINO
92	NO	NO	NO	FROIZ(ABOY)	PLENO MODAS(ABOY)
93	NO	NO	NO	LIBRERÍA VALVERDE	VOLVORETA
94	SI	SI	SI	DIA	LIDL
95	NO	NO	NO	DIA	LIDL
96	NO	NO	NO	FROIZ(CORREDERA	FAMILIA(CORREDERA)
97	SI	SI	NO	DIA	HALEY(AREAS)
98	SI	SI	NO	DIA	LIDL
99	SI	SI	SI	PLAZA ABASTOS	HALEY(AREAS)
100	NO	SI	NO	HALEY(Areas)	A EIRA
101	SI	SI	NO	HALEY(Areas)	DIA
102	SI	SI	SI	HALEY(Areas)	DIA

nº cuest/nºpregunta	7C	8	9A	9B
50	PERFUMERIA AVENIDA	1-2 MES	CATEDRAL	999
51	PLAZA ABASTOS	6 MESES	CATEDRAL	CORREDEIRA
52	MONTES	6 MESES	CATEDRAL	999
53	FAMILIA	1-2 MES	SONORO	METROPOL
54	ARAUJO(CONCORDIA)	CADA DIA	CENTRAL	JAMONETA
55	FRUTAS ALVAREZ(ABOY)	1-2 MES	CENTRAL	AMADEUS
56	VODAFONE	6 MESES	LICUORE	SONORO
57	KIOSKO	1-2 SEMANA	ESTANCO	999
58	OUTLET(AREAS)	1-2 SEMANA	PARQUE BARTOLOME	SONORO
59	LIDL	6 MESES	LICUORE	SONORO
60	FERRETERIA BAIXO MIÑO	1-2 MES	FORNOS	999
61	FERRETERIA BAIXO MIÑO	1-2 MES	FORNOS	999
62	HALEY(AREAS)	1-2 SEMANA	POLICIA	AYUNTAMIENTO
63	PLAZA ABASTOS	6 MESES	CORREDEIRA	999
64	FAMILIA	3 MESE	CATEDRAL	GLOBER
65	FAMILIA	6 MESES	AYUNTAMIENTO	CATEDRAL
66	HALEY(AREAS)	1-2 SEMANA	CATEDRAL	999
67	HALEY(AREAS)	3 MESE	AYUNTAMIENTO	S.SOCIAL
68	DIA	3 MESE	AYUNTAMIENTO	CENTRAL
69	FAMILIA	1-2 SEMANA	CENTRAL	DIMARCO
70	LIDL	1-2 MES	CAFÉ CENTRAL	CAFÉ AMADEUS
71	999	1-2 MES	CENTRAL	LICUORE
72	HALEY(AREAS)	1-2 MES	DIMARCO	999
73	999	6 MESES	999	999
74	TINTORERIA GALICIA	3 MESE	AYUNTAMIENTO	HACIENDA
75	999	6 MESES	CATEDRAL	999
76	COPIAS T	1-2 MES	CORREDEIRA	999
77	ESTANCO(AV PORTUGAL)	1-2 SEMANA	CORREDEIRA	999
78	999	1-2 SEMANA	NINGUNO	999
79	OUTLET(AREAS)	1-2 MES	CATEDRAL	CORREDEIRA
80	DIA	1-2 MES	NINGUNO	999
81	FAMILIA	1-2 MES	CAFÉ CENTRAL	999
82	DIA	6 MESES	NINGUNO	999
83	999	1-2 SEMANA	CENTRAL	DIMARCO
84	ESTANCO(CORREDEIRA)	6 MESES	CAFÉ AMADEUS	CENTRAL
85	CARLIN(ABOY)	1-2 MES	CENTRAL	LICUORE
86	FERRETERIA BAIXO MIÑO	6 MESES	CENTRAL	AMADEUS
87	FROIZ(ABOY)	1-2 SEMANA	CATEDRAL	999
88	LIDL	1-2 MES	CORREDEIRA	PLAZA ESTRELLA
89	CARLIN(ABOY)	1-2 MES	METROPOL	LICUORE
90	ESTANCO(CORREDEIRA)	1-2 SEMANA	METROPOL	DIMARCO
91	PLENO MODAS(ABOY)	1-2 MES	CAFÉ AMADEUS	SONORO
92	OUTLET(AREAS)	1-2 SEMANA	CAFÉ CENTRAL	SONORO
93	OUTLET(AREAS)	1-2 MES	CAFÉ CENTRAL	FORNOS
94	HALEY(AREAS)	1-2 MES	AMADEUS	SONORO
95	FAMILIA	6 MESES	CATEDRAL	IGLESIA SANTO DOMINGO
96	999	1-2 SEMANA	CAFÉ CENTRAL	CAFÉ AMADEUS
97	LIDL	1-2 SEMANA	FORNOS	CAFÉ CENTRAL
98	FAMILIA	6 MESES	CORREDEIRA	999
99	LIDL	6 MESES	CATEDRAL	CENTRAL
100	FROIZ	6 MESES	CAFÉ AMADEUS	SONORO
101	FROIZ	1-2 MES	CATEDRAL	CORREDEIRA
102	PLENO MODAS	1-2 MES	999	999

nº cuest/nºpregunta	9C	10	11
50	999	CENTRO COMERCIAL	SI
51	999	CENTRO COMERCIAL	SI
52	999	CENTRO COMERCIAL	SI
53	LICUORE	JUGUETERIA	SI
54	999	999	SI
55	LICUORE	ROPA PRECIO MEDIO	SI
56	METROPOL	CENTRO COMERCIAL	NO
57	999	NINGUNO	SI
58	LICUORE	CENTRO COMERCIAL	SI
59	METROPOL	NINGUNO	NO
60	999	ASADOR	SI
61	999	ASADOR	SI
62	S.SOCIAL	ZAPATERIA	NO
63	999	999	NO
64	999	999	SI
65	GLOBER	999	SI
66	999	999	SI
67	999	999	SI
68	999	INFORMATICA	SI
69	999	ZARA	SI
70	DIMARCO	999	SI
71	METROPOL	INDITEX	SI
72	999	GUARDERÍAS/CENTROS DE DIA	SI
73	999	GUARDERÍAS/CENTROS DE DIA	SI
74	999	GUARDERÍAS/CENTROS DE DIA	SI
75	999	CENTRO DIA	SI
76	999	NINGUNO	NO
77	999	CENTRO COMERCIAL	SI
78	999	ROPA FIESTA	NO
79	999	ROPA	SI
80	999	999	NO
81	999	999	NO
82	999	999	NO
83	999	999	SI
84	VINOS Y TAPAS	999	SI
85	DIMARCO	ZAPATERIAS	NO
86	METROPOL	NINGUNO	NO
87	999	NINGUNO	NO
88	999	NINGUNO	NO
89	FORNOS	CINE	NO
90	CAFÉ CENTRAL	OCIO	NO
91	FORNOS	CINE	SI
92	AYUNTAMIENTO	ROPA	SI
93	DIMARCO	ROPA DEPORTIVA	NO
94	METROPOL	CINE/OCIO	NO
95	999	999	SI
96	999	CENTRO COMERCIAL	SI
97	CAFÉ AMADEUS	CINE	SI
98	999	999	SI
99	CAFÉ AMADEUS	999	SI
100	GLOBER	CINE	SI
101	PASEO RIO	CINE	SI
102	999	CINE	SI

nº cuest/nºpregunta	12 A	12 B	12 C
50	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CYA)	VIGO(MARYPAZ)
51	VIGO	VIGO	VIGO
52	VIGO	VIGO	VIGO
53	VIGO(MERCADONA)	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CARREFUR)
54	VIGO	VIGO	VIGO
55	VIGO	VIGO	VIGO
56	PORRIÑO(EKOMAX)	PORRIÑO(BRICOKINK)	PORRIÑO(BRICOKING)
57	PORTUGAL	VIGO(GRAN VIA)	VIGO(GRAN VIA)
58	GUARDIA	VIGO(GRAN VIA)	VIGO(CARREFUR)
59	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(GRAN VIA)	999
60	VIGO	999	999
61	VIGO	999	999
62	PORTUGAL	PORRIÑO(MANUEL TOMAS)	PEREZ LEIROS
63	PORTUGAL	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CARREFUR)
64	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CORTE INGLES)	VIGO(CARREFUR)
65	VIGO(ALCAMPO)	999	999
66	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CORTE INGLES)	VIGO(GRAN VIA)
67	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CARREFOUR)	VIGO(CORTE INGLES)
68	VIGO(CORTE INGLES)	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CARREFUR)
69	VIGO(CORTE INGLES)	VIGO(GRAN VIA)	999
70	VIGO		
71	VIGO	PORTUGAL	999
72	VIGO(MERCADONA)	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CARREFUR)
73	999	999	999
74	VIGO	999	999
75	999	999	999
76	PORRIÑO(PEREZ LEIROS)	PORRIÑO(BRICOKINK)	VIGO(CORTE INGLES)
77	PORRIÑO(EKOMAX)	PORRIÑO(BRICOKINK)	PORRIÑO(ELETOGRANXA
78	VIGO	VALENÇA	999
79	VIGO	VIGO	VIGO
80	PORRIÑO	999	999
81	VIGO	999	999
82	999	999	999
83	VIGO	VIGO	VIGO
84	MACEDONIA	ESLOVENIA	VIGO
85	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CORTE INGLES)	VIGO(GRAN VIA)
86	VIGO(ALCAMPO)	PORRIÑO MERCADONA	VIGO
87	VIGO(ALCAMPO)	PORRIÑO MERCADONA	PORRIÑO(CORTE INGLES)
88	PORTUGAL	VIGO(GRAN VIA)	VIGO(PRINCIPE)
89	VIGO(GRANVIA9	VIGO(PRINCIPE)	PUXEIROS (DECATLON)
90	VIGO(TRAVESIA)	VIGO(PRINCIPE)	PORRIÑO(BRICOKING)
91	VIGO(PRINCIPE)	VIGO(GRAN VIA)	PORRIÑO(MERCADONA)
92	VIGO(PRINCIPE)	VIGO(GRAN VIA)	PORRIÑO(MERCADONA)
93	PUXEIROS(DECATLON)	PUXEIROS	PORRIÑO(CORTE INGLES)
94	VIGO(JACK&JONES)	VIGO(ULANKA9	PUXEIROS (DECATLON)
95	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CARREFOUR)	999
96	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CARREFOUR)	PUXEIROS (DECATLON)
97	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CARREFOUR)	PUXEIROS (DECATLON)
98	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CARREFOUR)	999
99	NINGUNO	999	999
100	NINGUNO	999	999
101	VIGO(ALCAMPO)	PORRIÑO(CORTE INGLES)	MERCADONA(PORRIÑO9
102	VIGO(ALCAMPO)	VIGO(CARREFOUR)	999

nº cuest/nºpregunta	13 A	13 B	13 C
50	CATEDRAL	PUENTE INTERNACIONAL	MONTE ALOIA
51	CABALLOS	JARDINES TRONCOSO	PASEO RIO
52	MONTE ALOIA	PUENTE INTERNACIONAL	PASEO RIO
53	CATEDRAL	PUBS	CASCO HIST.ORICO
54	CATEDRAL	CORREDERA	CENTRO HISTORICO
55	CATEDRAL	MONTE ALOIA	CENTRO HISTORICO
56	CATEDRAL	MONTE ALOIA	PASEO RIO
57	CATEDRAL	CORREDERA	PASEO RIO
58	CATEDRAL	JARDINES TRONCOSO	PASEO RIO
59	RIO	CASCO VIEJO	999
60	CENTRO HISTORICO	MONTE ALOIA	999
61	CENTRO HISTORICO	MONTE ALOIA	999
62	CORREDERA	CATEDRAL	IGLESIA STO DOMINGO
63	MONTE ALOIA	PASEO RIO	CASCO HIST.ORICO
64	CORREDERA	PASEO RIO	CATEDRAL
65	CATEDRAL	MONTE ALOIA	PASEO RIO
66	CATEDRAL	CENTRO HISTORICO	CORREDERA
67	CATEDRAL	PUENTE INTERNACIONAL	MONTE ALOIA
68	CATEDRAL	MIÑO	MONTE ALOIA
69	CATEDRAL	CORREDERA	PASEO RIO
70	CATEDRAL	MONTE ALOIA	RIO MIÑO
71	RIO	CATEDRAL	CORREDERA
72	PUENTE INTERNACIONAL	CATEDRAL	MIÑO
73	CATEDRAL	PASEO RIO	PANORAMICA
74	CATEDRAL	CORREDERA	MIÑO
75	RIO	CATEDRAL	999
76	CATEDRAL	PUENTE INTERNACIONAL	PANORAMICA
77	CATEDRAL	PASEO RIO	MONTE ALOIA
78	CATEDRAL	MIÑO	9999
79	CORREDERA	CENTRO SALUD	CATEDRAL
80	CATEDRAL	MIÑO	MONTE ALOIA
81	CATEDRAL	FIESTAS	C. HISTÓRICO
82	CATEDRAL	PASEO RIO	C. HISTÓRICO
83	CATEDRAL	CORREDERA	C. HISTÓRICO
84	C.HISTORIC	MIÑO	MONTE ALOIA
85	CATEDRAL	PASEO RIO	MONTE ALOIA
86	CATEDRAL	MONTE ALOIA	MIÑO
87	CATEDRAL	MONTE ALOIA	CORREDERA
88	CATEDRAL	MONTE ALOIA	GLORIETA
89	CATEDRAL	CORREDERA	MIÑO
90	CATEDRAL	PUBS	MIÑO
91	CATEDRAL	CORREDERA	FIESTAS
92	CATEDRAL	RIO	MONTE ALOIA
93	FIESTAS	PUBS	CORREDERA
94	MIÑO	CATEDRAL	MONTE ALOIA
95	CATEDRAL	MIÑO	PUENTE INTERNACIONAL
96	CATEDRAL	MONTE ALOIA	PANORAMICA
97	CATEDRAL	AREA PANORÁMICA	PASEO RIO
98	CATEDRAL	MONTE ALOIA	IGLESIA SAN TELMO
99	MONTE ALOIA	CATEDRAL	CENTRO HISTORICO
100	CATEDRAL	CORREDERA	MONTE ALOIA
101	CATEDRAL	MONTE ALOIA	CENTRO HISTORICO
102	CATEDRAL	MONTE ALOIA	PUENTE INTERNACIONAL

nº cuest/nºpregunta	14 A	14 B	15
50	P.INTERNACIONAL	PASEO RIO	APARCAMIENTO
51	P.INTERNACIONAL	CORREDERA	APARCAMIENTO
52	JARDINES	PUENTE INTERNACIONAL	APARCAMIENTO
53	TODOS	999	999
54	PUBS	999	APARCAMIENTO
55	TODOS	999	CENTRO SALUD
56	PUBS	999	APARCAMIENTO
57	A CASI TODS	999	9999
58	CORREDERA	999	POCA ILUMINACION CASCO HISTORICO
59	TODOS	999	APARCAMIENTO
60	TODOS	999	APARCAMIENTO
61	TODOS	999	APARCAMIENTO
62	CATEDRAL	IGLESIA ST DOMING	APARCAMIENTO
63	CORREDERA	PLAZA ABASTOS	APARCAMIENTO
64	MERCADILLO	999	999
65	CENTRO	999	APARCAMIENTO
66	CENTRO	999	APARCAMIENTO
67	PLAZA ABASTOS	CENTRO	APARCAMIENTO
68	CALLES NUEVAS	999	APARCAMIENTO
69	TODOS	999	APARCAMIENTO
70	NINGUNO	999	APARCAMIENTO
71	TODOS	999	APARCAMIENTO
72	NINGUNO	999	APARCAMIENTO
73	NINGUNO	999	APARCAMIENTO
74	TODOS	999	APARCAMIENTO
75	TODOS	999	APARCAMIENTO
76	CATEDRAL	PASEO RIO	999
77	TODOS	999	APARCAMIENTO
78	TODOS	999	ABANDONO CENTRO HISTORICO
79	CORREDERA	999	999
80	CALLES NUEVAS	999	POCA LIMPIEZA
81	CALLES NUEVAS	999	APARCAMIENTO
82	CALLES NUEVAS	999	APARCAMIENTO
83	TODOS	999	APARCAMIENTO
84	TODOS	999	URBANISMO
85	TODOS	999	FALTA SEÑALIZACION
86	TODOS	999	AYUNTAMIENTO
87	TODOS	999	APARCAMIENTO
88	TODOS	999	CENTRO SALUD
89	CORREDERA	999	APARCAMIENTO
90	PUBS	999	ZONA NUEVA
91	PUBS	999	FALTA SEÑALIZACION
92	CORREDERA	999	ABANDONO CENTRO HISTORICO
93	CORREDERA	PUBS	ABANDONO CENTRO HISTORICO
94	NINGUNO	999	APARCAMIENTO
95	RIO	CENTRO	999
96	TODOS	999	999
97	TODOS	999	APARCAMIENTO
98	NINGUNO	999	APARCAMIENTO
99	PENEDO	CORREDERA	APARCAMIENTO
100	PENEDO	CORREDERA	999
101	CENTRO	999	ABANDONO CENTRO HISTORICO
102	CORREDERA	999	999

ANEXO 2- Levantamiento de los establecimientos comerciales del centro urbano.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

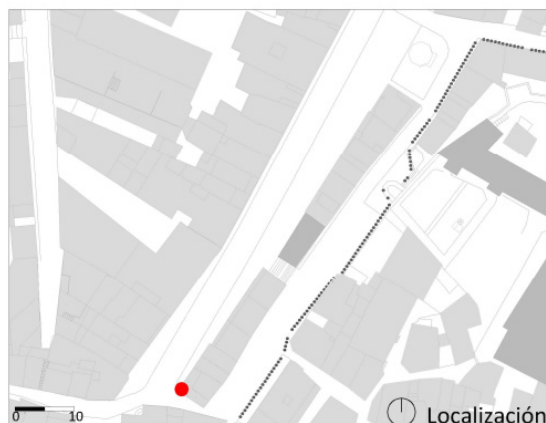
01



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Paseo de la Corredera/Calvo Sotelo

Nombre establecimiento: Matilde Rosana

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: principalmente bisutería, además de ropa

Año de apertura: 2007

Descripción del establecimiento: Se trata de un pequeño comercio no superior a los veinte metros cuadrados. No es un establecimiento de autoservicio, sino que la dependiente te sirve el producto por lo que apenas necesita espacio interior.

En cuanto al exterior el establecimiento cuenta con un amplio escaparate para la calle Ordoñez y la calle Corredera, se accede a el a través de una pequeña puerta y un pequeño escalón. No tiene rotulo ni marquesinas al estar situado debajo de unos soportales. la piedra es el componente principal de la fachada.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanzo su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento



Localización: Paseo de la Corredera/Calvo Sotelo

Nombre establecimiento: Zona Zeta

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: principalmente bisutería y complementos

Año de apertura: 1997

Descripción del establecimiento: Pequeño comercio no superior a los veinte metros cuadrados. Tiene un pequeño mostrador a la izquierda en el que atiende la dependiente. La mercancía se encuentra expuesta alrededor del perímetro del local por lo que existe un espacio vacío central que se utiliza como recibidor. En cuanto al exterior el establecimiento cuenta con una vidriera hacia la calle Corredera, accediéndose a él a través de una pequeña puerta sin escalón. El rótulo está colocado en la parte superior de la entrada con unas letras metálicas. La piedra es el componente principal de la fachada.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanza su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

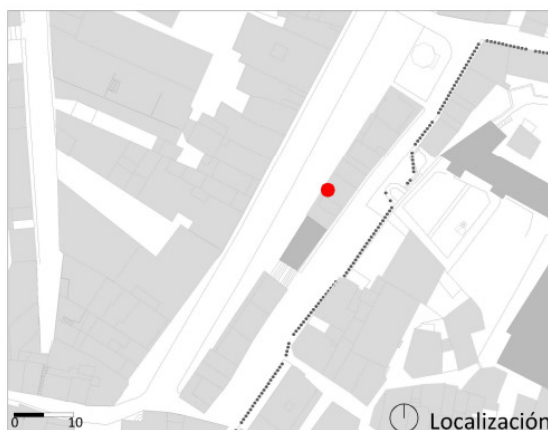
03



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento



Localización: Paseo de la Corredera/Calvo Sotelo

Nombre establecimiento: Bolero

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: prendas de vestir mujer

Año de apertura: 1989

Descripción del establecimiento: Se trata de un pequeño comercio no superior a los veinte metros cuadrados. Tiene un pequeño mostrador a la izquierda y la ropa se encuentra expuesta en el perímetro y en unas mesas situadas en medio del local. Cuenta con probadores.

El exterior del establecimiento está compuesto por dos escaparates y la puerta de acceso en medio sin ningún tipo de escalón. El rótulo se encuentra situado en las marquesinas de la entrada. La piedra es el componente principal de la fachada.es



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanzo su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

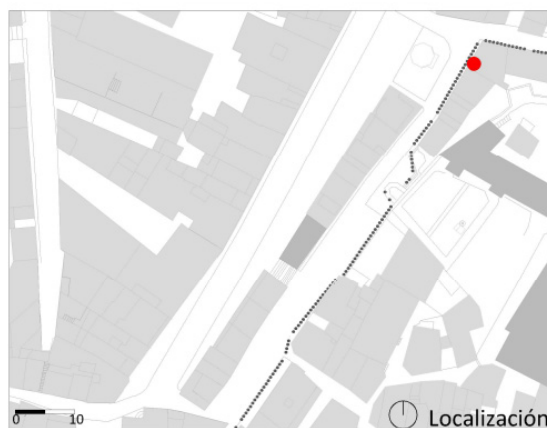
04



Fotografía Calle Ordoñez



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Calle Ordoñez**Nombre establecimiento:** Volvoreta**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** calzado/ropa de mujer de fiesta**Año de apertura:** 2007

Descripción del establecimiento: Pequeño comercio no superior a los treinta metros cuadrados. El calzado y la ropa se muestran en los diferentes estantes del comercio. Cuenta además con elementos decorativos como son los sillones. En cuanto al exterior el establecimiento cuenta con un amplio escaparate para la calle Ordoñez y la puerta de acceso al local posicionada al lado derecho del escaparate y con un pequeño escalón exterior y tres interiores. El nombre se localiza entre el escaparate y la puerta de acceso con letras metálicas y el logo en colores marquesinas. Cuenta con marquesinas



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle situada detrás de la calle principal de Tui, La Corredera. Antiguamente fue una de las calles más transitadas ya que contaba con el tradicional mercado de la verdura. Actualmente apenas cuenta con establecimientos comerciales y se puede observar parte de la muralla medieval

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA	
ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI	
05	
	
Fotografía del Paseo Calvo Sotelo	
	
Alzado principal del establecimiento	
Localización	
	
interior establecimiento	
<p>Localización: Paseo de la Corredera/Calvo Sotelo</p> <p>Nombre establecimiento: Areses</p> <p>Tipo establecimiento: Establecimiento minorista</p> <p>Uso: farmacia</p> <p>Año de apertura: 1900</p> <p>Descripción del establecimiento: pequeño establecimiento menor de cincuenta metros cuadrados, atendido por varios dependientes. cuenta con grandes estantes con mercancía y con otra parte de la mercancía solo acceso para los trabajadores. El exterior del establecimiento cuenta con grandes ventanales para ambas calles y la entrada en medio con un pequeño escalón. La piedra es el revestimiento exterior complementado con los toldos.</p> <p>Es uno de los establecimientos más antiguos de Tui.</p>	
<p>Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanzo su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.</p>	

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

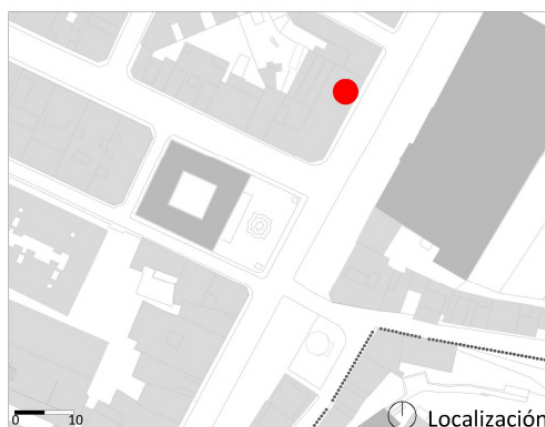
06



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Paseo de la Corredera/Calvo Sotelo

Nombre establecimiento: Estanco

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: estanco

Año de apertura: Aprox 1900?

Descripción del establecimiento: establecimiento interior no superior a los 15 metros cuadrados. Tiene un mostrador al entrar y en el que se es atendido por un dependiente. Toda la mercancía se encuentra detrás del mostrador como muestra la foto.

El exterior del establecimiento lo forman únicamente la puerta de entrada con un rotulo minúsculo advirtiéndolo el tipo de local que es.

El año es aproximado ya que el establecimiento es heredado de tres generaciones anteriores.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanza su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

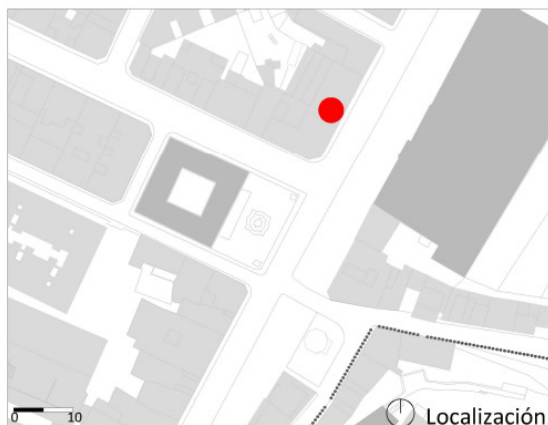
07



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Paseo de la Corredera/Calvo Sotelo

Nombre establecimiento: Nasmandero

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: prendas de ropa mujer

Año de apertura: 2008

Descripción del establecimiento: establecimiento interior no superior a los 15 metros cuadrados, donde la ropa se distribuye a lo largo del local, además cuenta con un pequeño probador. El exterior del establecimiento lo forman únicamente la puerta de entrada con un pequeño escalón y, con un rotulo minúsculo en letras metálicas ancladas a la pared. A pesar de no contar con un escaparate exterior, contiene una pequeña galería para la exposición de los productos.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanza su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

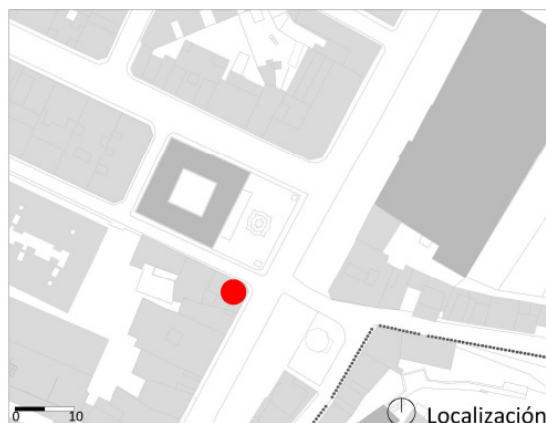
Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Paseo de la Corredera/Calvo Sotelo

Nombre establecimiento: Inercia

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: ropa y calzado deportivo

Año de apertura: 2002

Descripción del establecimiento: establecimiento interior no superior a los 50 metros cuadrados. cuenta con un amplio espacio interior en el que se reparten diferentes estantes separando la zona del calzado con la ropa deportiva y el mostrador situado a un extremo del local. El exterior del establecimiento lo forman la puerta de entrada accesible para todo tipo de personas y varias vidrieras situadas entre la calle Rosa Bahamonde y el Paseo de la Corredera. El rótulo diseñado en un segundo plano pertenece al hueco de entrada del comercio.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanzo su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

FICHA TÉCNICA	
ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI	
09	
	
Fotografía del Paseo Calvo Sotelo	
	
Alzado principal del establecimiento	
0 10 Localización	
Localización: Paseo de la Corredera/Calvo Sotelo	
Nombre establecimiento: Iris	
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista	
Uso: librería	
Año de apertura: 1986	
Descripción del establecimiento: establecimiento interior superior a los 50 metros cuadrados que cuenta con dos plantas. Tiene un amplio espacio interior en el que se reparten diferentes estantes para los diferentes tipos de libros, además de contar con mesas y diferentes expositores y varios mostradores para atender a la clientela. El exterior del establecimiento lo forman la puerta de entrada con un pequeño escaparate y una pequeña galería para exponer los productos. Tiene varios rótulos con diferentes logos en su fachada de piedra.	
	
interior establecimiento	
Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanza su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.	

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

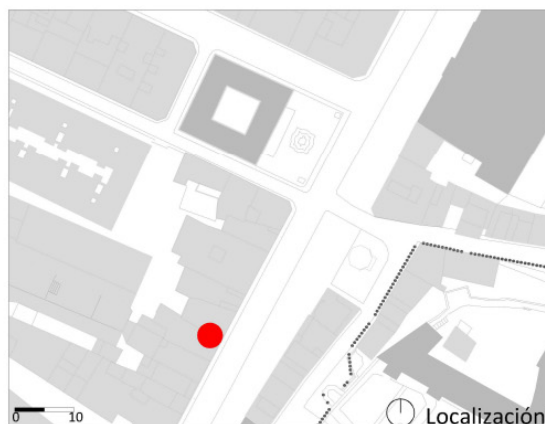
10



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Paseo de la Corredera/Calvo Sotelo**Nombre establecimiento:** Calzado Montes**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** Calzado**Año de abertura:** 1973

Descripción del establecimiento: establecimiento interior inferior a los 20 metros en los que la mercancía está expuesta en el escaparate y unas pequeñas estanterías. El espacio interior es muy reducido. El exterior de este establecimiento está compuesto por dos vidrieras y el rótulo está impreso en el mismo toldo de la entrada.

NO SE DISPONE DE FOTO
INTERIOR. POLÍTICA DE LA
EMPRESA

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanza su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

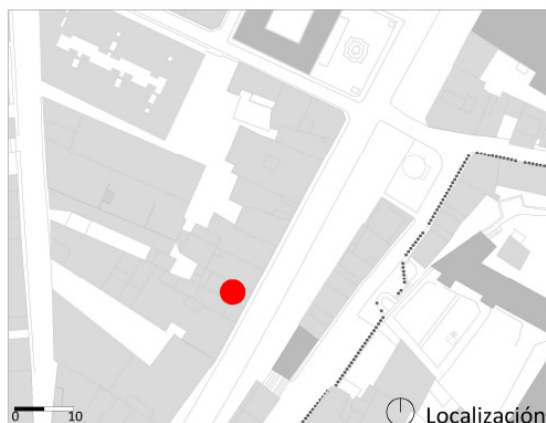
11



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento



Localización: Paseo de la Corredera/Calvo Sotelo

Nombre establecimiento: Carrera

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: Bazar

Año de apertura: 1982

Descripción del establecimiento: establecimiento interior superior a los 80 metros cuadrados que cuenta con un amplio espacio interior ocupado con estantes de manera arbitraria. Es destacable en este local la entrada, esta actúa como una galería donde los productos se exponen a la vista del cliente a ambos lados de la entrada. Contiene un pequeño escalón en la entrada. Su fachada está compuesta por diversos elementos arquitectónicos, diferentes tipos de piedra y el cristal como objeto principal. su nombre, de letras metálicas aparece entre el gran escaparate.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanza su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

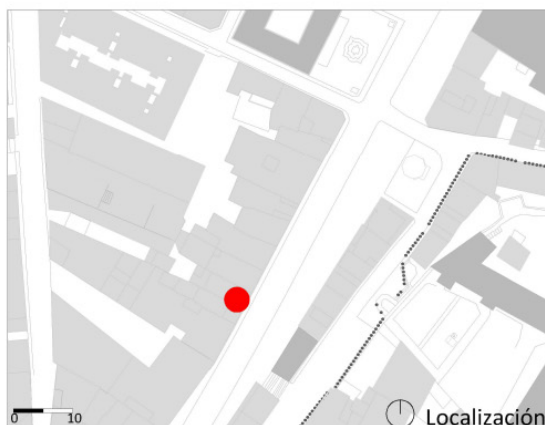
12



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Paseo de la Corredera/Calvo Sotelo**Nombre establecimiento:** Cyty Lab**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** Fotografía**Año de apertura:** 2004/2005

Descripción del establecimiento: establecimiento interior inferior a los 15 metros cuadrados que cuenta con un espacio interior estrecho, donde las paredes laterales actúan como expositores de los productos. Su fachada es la propia puerta de cristal que actúa de vidriera hacia el exterior. Para acceder a ello cuenta con un escalón. El nombre del local es indicado a través de una placa llamativa encima de la puerta de acceso, además de contar con un cartel sobresaliente hacia la calle con el mismo nombre del local.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanza su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

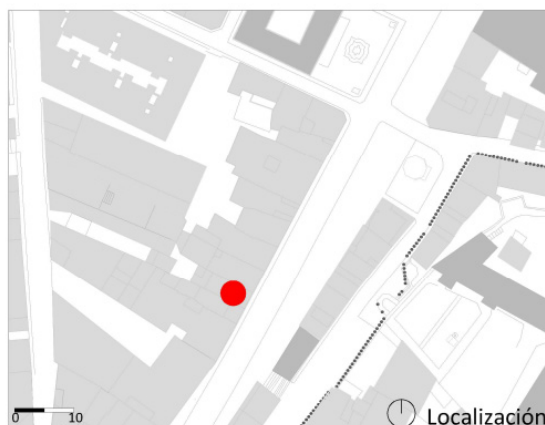
13



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento



Localización: Paseo de la Corredera/Calvo Sotelo

Nombre establecimiento: Ana Moda

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: Prendas de Hombre

Año de apertura: 1989

Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los 50 metros cuadrados que cuenta con un amplio espacio interior ocupado con estantes de manera arbitraria. Este local se encuentra en la galería Caracas, al inicio, dando una de sus fachadas a la calle principal y otra a la galería. Su fachada predominan el vidrio y en su límite superior lleva grabado el nombre de la tienda



escaparate galería Caracas

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanza su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

14



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Paseo de la Corredera/Galería Caracas**Nombre establecimiento:** La Flor**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** Floristería**Año de apertura:** 1983?

Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a los 40 metros cuadrados que cuenta con un amplio espacio interior ocupado con estantes y mesas de manera arbitraria. Este local se encuentra en la galería Caracas, al final, dando una de sus fachadas a la calle Foxo y otra a la galería. Su fachada predominan el vidrio, junto con el revestimiento en piedra. El nombre del establecimiento se aprecia a través de un minúsculo cartel sobresaliente de la fachada y otro en la calle Foxo, ambos diferentes.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanza su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

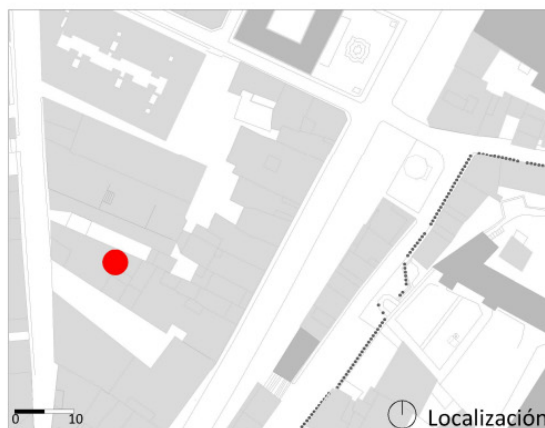
15



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Paseo de la Corredera/Galería Caracas

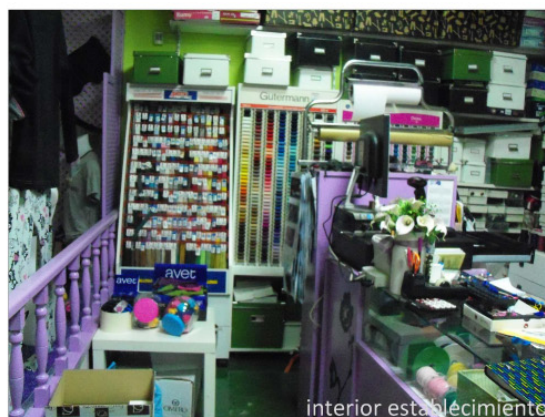
Nombre establecimiento: M^a Carmen

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: Mercería

Año de apertura: 1983?

Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a los 15 metros cuadrados 3n el que el dependiente te sirve todos los productos ya que se encuentran todos detrás del mostrador. Este local se encuentra en la galería Caracas. Su fachada predominan el vidrio y no posee de cartel identificativo.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanza su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

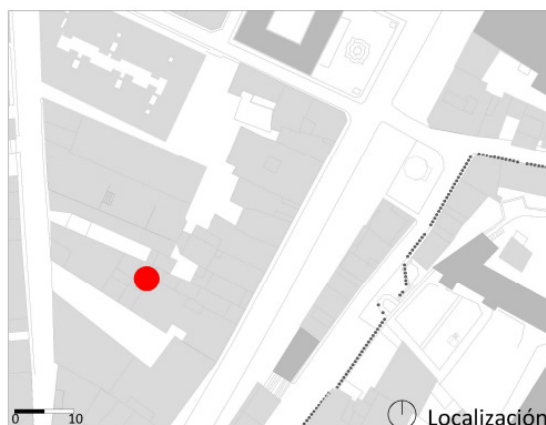
16



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Paseo de la Corredera/Galería Caracas**Nombre establecimiento:** El Barrio**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** Fotocopias**Año de apertura:** 1982

Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a los 15 metros cuadrados en el que el dependiente te sirve todos los productos ya que se encuentran todos detrás del mostrador. Este local se encuentra en la galería Caracas. Su fachada predominan el vidrio, el revestimiento de madera y posee de cartel identificativo pequeño y luminoso. Es un local accesible



Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanza su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

17



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento



Localización: Paseo de la Corredera/Galería Caracas	
Nombre establecimiento: Las buenas hierbas	
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista	
Uso: Herboristería	
Año de apertura: 1983 Aprox.	
Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a los 40 metros cuadrados que cuenta con un amplio espacio interior ocupado con estantes. Este local se encuentra en la galería Caracas, al principio, dando una de sus fachadas a la calle Calvo Sotelo y otra a la galería. Su fachada predominan el vidrio, junto con el revestimiento en madera. El nombre del establecimiento se aprecia a través de un minúsculo cartel sobresaliente de la fachada en la galería y otro en la calle principal, ambos diferentes.	
	Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanzo su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

18



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Paseo de la Corredera**Nombre establecimiento:** Familia**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** Alimnetacion**Año de apertura:** 1982

Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los 80 metros cuadrados, al cual se le puede denominar como un autoservicio al tratarse de un supermercado. Su espacio interior está distribuido en grandes pasillos divididos por estantes y por sectores de la alimentación. Es un local accesible y su fachada exterior es compuesta únicamente por la puerta principal y un rotulo indicando el nombre del establecimiento.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanzo su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

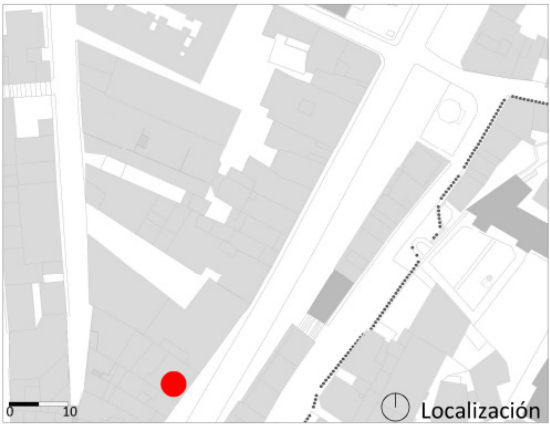
19



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento



Localización: Paseo de la Corredera
Nombre establecimiento: Froiz
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: Alimentación
Año de apertura: 1991
Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los 100 metros cuadrados, al cual se le puede denominar como un autoservicio al tratarse de un supermercado. Su espacio interior está distribuido en grandes pasillos divididos por estantes y por sectores de la alimentación. Es un local accesible y su fachada exterior es compuesta por una gran vidriera que aporta claridad al espacio. posee un cartel indicativo con su nombre de gran tamaño y es accesible.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



Interior establecimiento

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanza su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

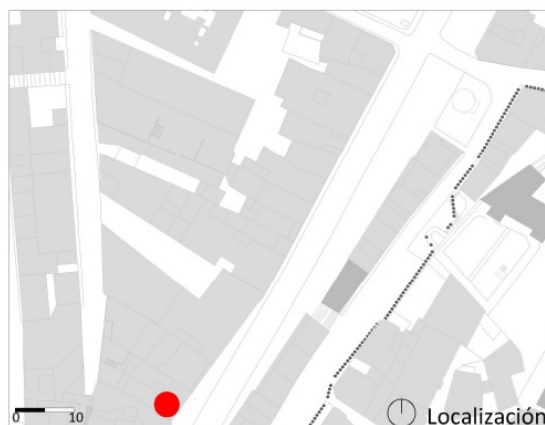
20



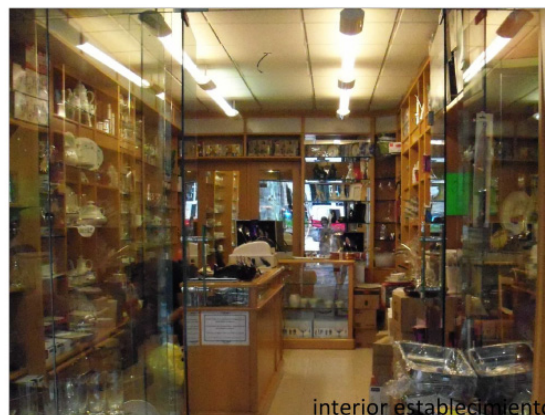
Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Paseo de la Corredera**Nombre establecimiento:** O Areal**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** Bazar**Año de apertura:** 2013

Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los 20 metros cuadrados, estrecho y en sus dos paredes laterales se encuentra expuesta la mercancía en vidrieras. Es un local accesible y su fachada exterior es compuesta por una gran vidriera que aporta claridad al espacio. Posee un cartel indicativo con su nombre de gran tamaño.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanzo su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

21



Fotografía del Paseo Calvo Sotelo



Entrada principal del establecimiento



Localización

Localización: Paseo de la Corredera
Nombre establecimiento: Pazo
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: Farmacia
Año de apertura: 1973*
Descripción del establecimiento: pequeño establecimiento menor de 60 metros cuadrados, atendido por varios dependientes. cuenta con grandes estantes con mercancía y con otra parte de la mercancía solo acceso para los trabajadores. El exterior del establecimiento cuenta con grandes ventanales ovalados para ambas calles y la entrada es por el lado derecho con un escalón. La piedra de diferentes tipos es el revestimiento exterior. *Esta farmacia posee más años ya que estaba en el local de al lado.su licencia fue traspasada junto con la farmacia al local de al lado

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle representativa de Tui desde la edad media y que alcanzo su configuración actual en el siglo XVIII con la ocupación por parte de la clase noble. Se trata de un amplio paseo peatonal y que queda dividido por el tráfico del automóvil. asimismo es la calle más transitada y que divide la zona antigua de la parte más reciente de la ciudad.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

22



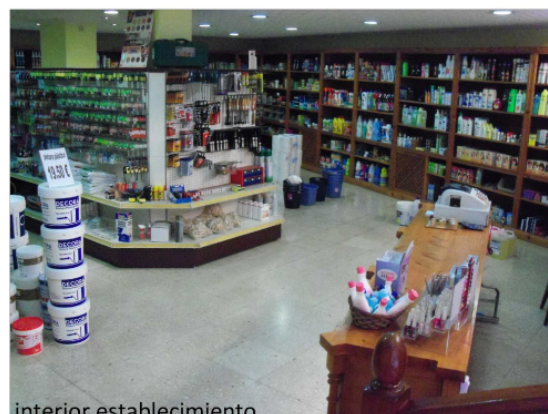
Fotografía de la Calle Ordoñez



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Calle Ordoñez**Nombre establecimiento:** Droguería Freiría**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** pinturas y esmaltes**Año de apertura:** 194?

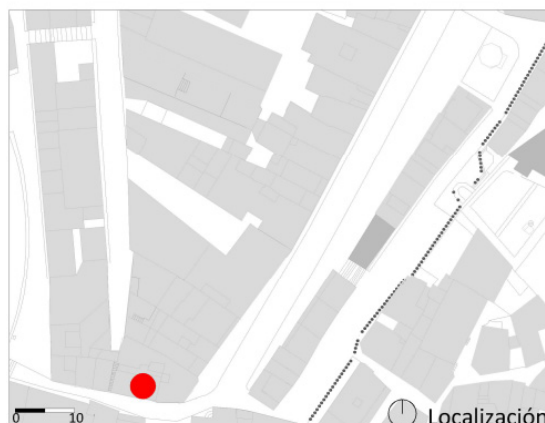
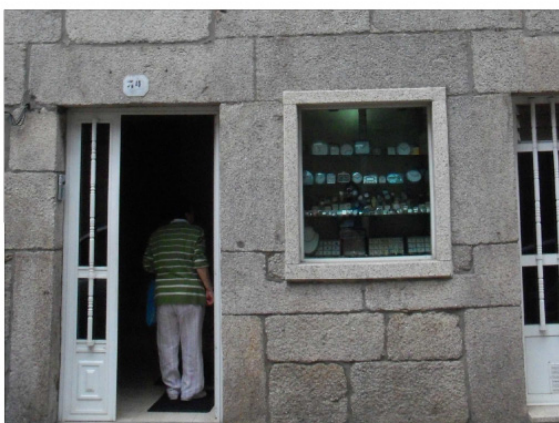
Descripción del establecimiento: establecimiento mayor de 60 metros cuadrados, cuenta con grandes estantes con mercancía al que se accede bajando unas escaleras y el mostrador se encuentra al lado derecho. El exterior del establecimiento lo componen una pequeña ventana para obtener claridad al local y una puerta de acceso. El nombre del local no aparece representado en la fachada que su principal componente es la piedra.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle situada detrás de la calle principal de Tui, La Corredera. Antiguamente fue una de las calles más transitadas ya que contaba con el tradicional mercado de la verdura. Actualmente apenas cuenta con establecimientos comerciales y se puede observar parte de la muralla medieval

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



Localización: Calle Ordoñez

Nombre establecimiento: Santero

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: Relojería

Año de apertura: 1969

Descripción del establecimiento: establecimiento menor de 10 metros cuadrados, al que se accede a través de una pequeña puerta de aluminio, situado en una portería del edificio. Su espacio es tan reducido que apenas coge el dependiente y otra persona mas. Tiene una pequeña vidriera con los productos. El exterior, compuesto por una única ventana que hace de escaparate y no tiene el nombre del establecimiento en ningún sitio.

NO SE DISPONE DE FOTO INTERIOR.

Descripción de la calle: calle situada detrás de la calle principal de Tui, La Corredera. Antiguamente fue una de las calles más transitadas ya que contaba con el tradicional mercado de la verdura. Actualmente apenas cuenta con establecimientos comerciales y se puede observar parte de la muralla medieval

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

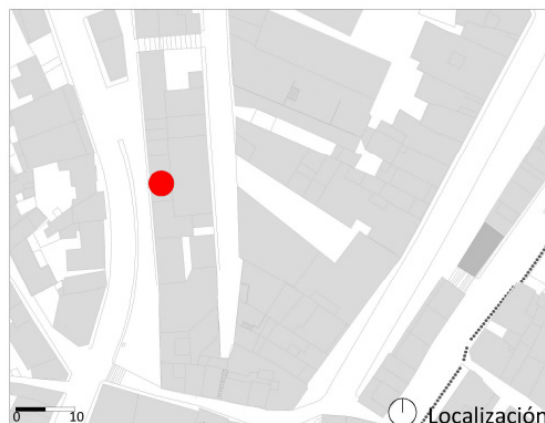
24



Fotografía de la Calle Ordoñez



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Calle Coruña nº15**Nombre establecimiento:** Pc Micro**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** ordenadores/Informática**Año de apertura:** 2004

Descripción del establecimiento: establecimiento menor de 50 metros cuadrados, al que se accede a través de una pequeña puerta de aluminio, situado a la derecha. En su interior existen diversos expositores y mesas. El exterior, compuesto por una ventana que hace de escaparate, revestido de piedra y con dos rotulos que indican el nombre, uno en aluminio en el lateral del edificio mientras que el otro se encuentra en la marquesina.

NO SE DISPONE DE FOTO
INTERIOR.

Descripción de la calle: calle pequeña que enlace el Paseo de la Corredera con la Av. Martínez Padín. Es de dimensiones reducidas y se utiliza una parte como aparcamiento, restándole visibilidad y atratividad a los establecimientos.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

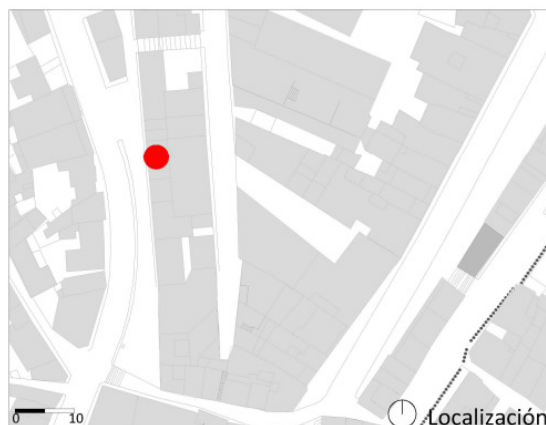
25



Fotografía de la Calle Ordoñez



Alzado principal del establecimiento



Localización: Calle Coruña nº16

Nombre establecimiento: Efectos

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: marquertería/ decoración

Año de apertura: 2000

Descripción del establecimiento: establecimiento mayor de 50 metros cuadrados, al que se accede a través de una pequeña puerta de aluminio con un escalón que, a su vez forma parte de la vidriera del escaparate, situado a la derecha. En su interior existen diversos expositores. El exterior, compuesto por una vidriera que hace de escaparate y aporta claridad al establecimiento. Su rótulo es expuesto en el toldo de la tienda.



Descripción de la calle: calle pequeña que enlace el Paseo de la Corredera con la Av. Martínez Padín. Es de dimensiones reducidas y se utiliza una parte como aparcamiento, restándole visualidad y atraktividad a los establecimientos.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

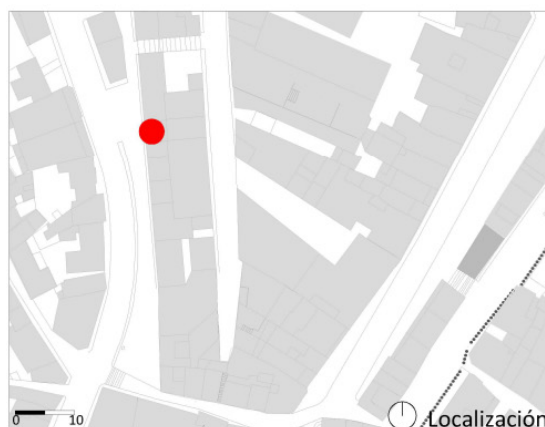
26



Fotografía de la Calle Ordoñez



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Calle Coruña nº17

Nombre establecimiento: Jardín de la Alegría

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: semillas

Año de apertura: 2010

Descripción del establecimiento: establecimiento mayor de 30 metros cuadrados, al que se accede a través de una pequeña puerta de aluminio lateral dejando libre toda la fachada. En su interior cuenta con un amplio espacio, ya que todos los estantes están en los laterales. El exterior, compuesto por una vidriera que hace de escaparate y aporta claridad al establecimiento. Su rótulo está situado encima del establecimiento con letras y colores llamativos.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle pequeña que enlace el Paseo de la Corredera con la Av. Martínez Padín. Es de dimensiones reducidas y se utiliza una parte como aparcamiento, restándole visualidad y atraktividad a los establecimientos.

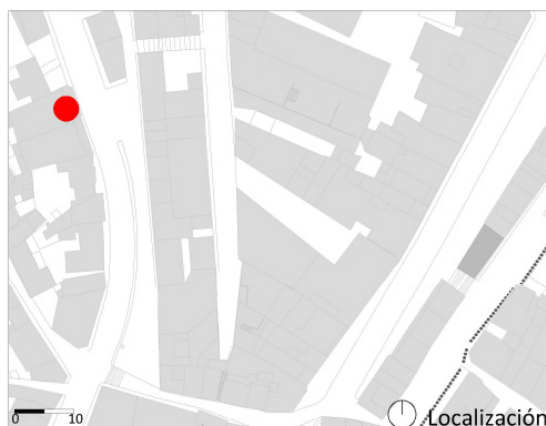
Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



Fotografía de la Av. Martínez Padín



Alzado principal del establecimiento



Localización: Avenida Martínez Padín

Nombre establecimiento: Jardín de la Tita

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: ropa/ libros/ accesorios de 2º mano

Año de apertura: 2013

Descripción del establecimiento: establecimiento mayor de 20 metros cuadrados, estrecho al que se accede por una puerta pequeña con varios escalones. Su interior es sombrío y decorado con pintura llamativa. La mayor parte de los objetos están expuestos en el límite del local.

Su exterior muestra una vidriera que permite el poco paso de la luz al interior y su nombre pasa desapercibido al estar estampado en el vidrio.



interior establecimiento

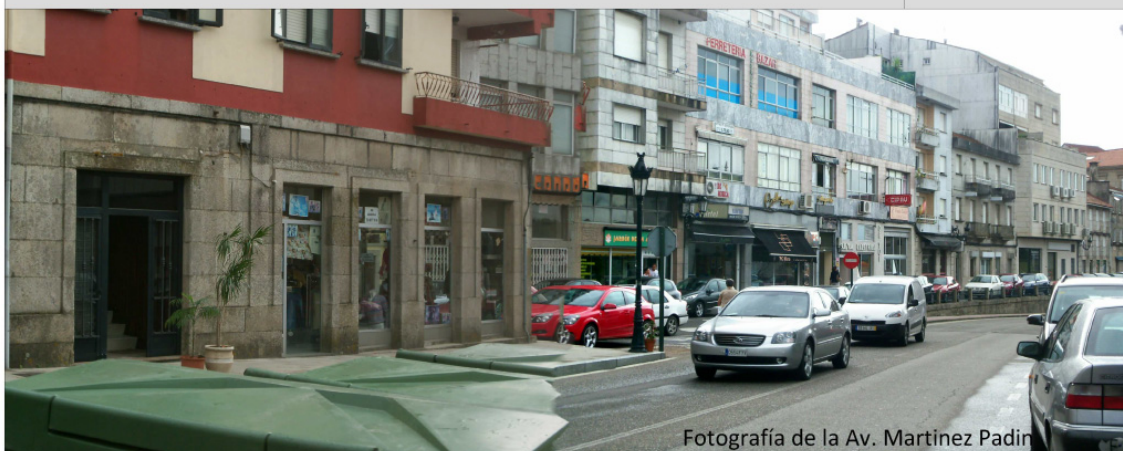
Descripción de la calle: calle principal de acceso al centro urbano de Tui. Desde la antigüedad fue una de las calles más importantes y con mayor afluencia de tráfico. Actualmente cuenta con menos establecimientos. Tiene aceras a ambos lados y por el lado izquierdo es permitido aparcar lo que provoca la falta de visión en los establecimientos

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

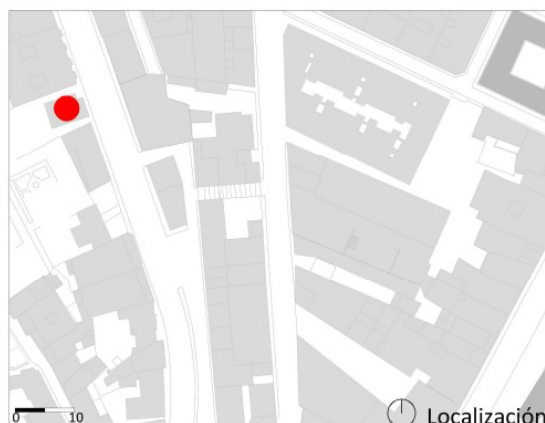
28



Fotografía de la Av. Martínez Padín



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Avenida Martínez Padín

Nombre establecimiento: Descanso Natex

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: accesorios de cama

Año de apertura: 2007

Descripción del establecimiento: establecimiento mayor de 100 metros cuadrados, bien iluminado con varios escalones a su entrada. Su interior es amplio con un despacho acristalado para recibir a los clientes.

Su exterior, formado por diferentes ventanales de diferentes tamaños y formas, adaptándose al local existente. A través de ellos, se puede observar el interior y el mostrario de la mercancía.

NO SE DISPONE DE FOTO
INTERIOR. POLÍTICA DE LA
EMPRESA

Descripción de la calle: calle principal de acceso al centro urbano de Tui. Desde la antigüedad fue una de las calles más importantes y con mayor afluencia de tráfico. Actualmente cuenta con menos establecimientos. Tiene aceras a ambos lados y por el lado izquierdo es permitido aparcar lo que provoca la falta de visión en los establecimientos

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

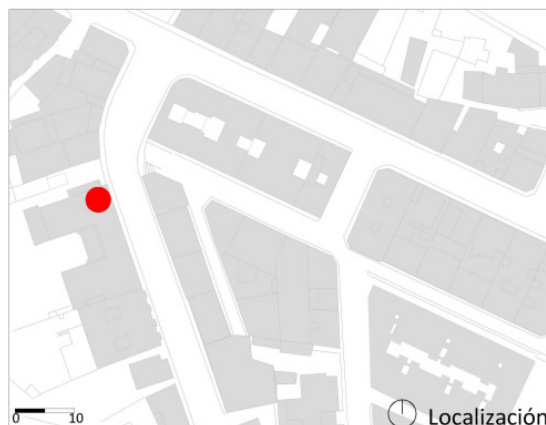
29



Fotografía de la Av. Martínez Padín



Alzado principal del establecimiento



Localización: Avenida Martínez Padín

Nombre establecimiento: Modesto

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: Alimentación-carnicería

Año de apertura: 2010

Descripción del establecimiento: establecimiento menor de 20 metros cuadrados, estrecho en el que el dependiente te ofrece sus productos detrás de varios mostradores de cristal. El cliente no tiene acceso directo al producto Su exterior, formado por un paño de vidrio y aluminio en el que se incluye la puerta de acceso sin escalones. El rótulo sobre sale de la fachada a través de un luminoso con letras llamativas.

NO SE DISPONE DE FOTO INTERIOR.

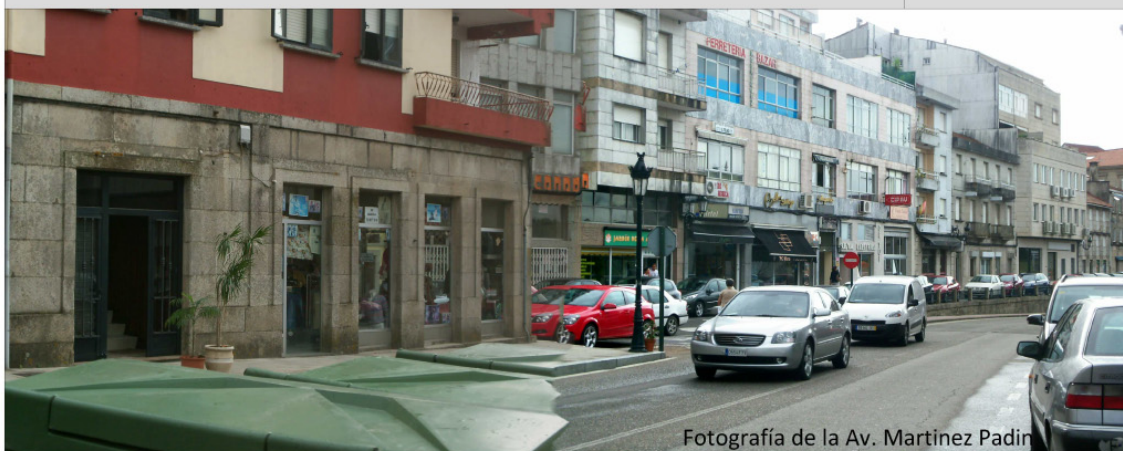
Descripción de la calle: calle principal de acceso al centro urbano de Tui. Desde la antigüedad fue una de las calles más importantes y con mayor afluencia de tráfico. Actualmente cuenta con menos establecimientos. Tiene aceras a ambos lados y por el lado izquierdo es permitido aparcar lo que provoca la falta de visión en los establecimientos

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

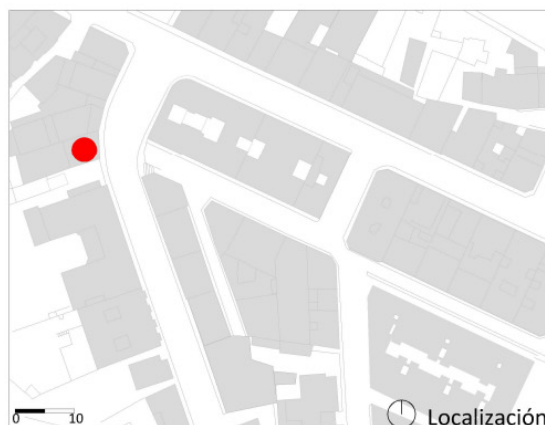
30



Fotografía de la Av. Martínez Padín



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Avenida Martínez Padín**Nombre establecimiento:** Bazar Asiático**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** bazar**Año de apertura:** 2010

Descripción del establecimiento: establecimiento mayor de 100 metros cuadrados, rectangular de gran amplitud y sin apenas iluminación natural. Es un local accesible con un mostrador para recibir a los clientes y varios probadores. Está distribuido en secciones según el tipo de producto con amplios pasillos. En cuanto a su exterior lo componen una amplia vidriera y el rótulo no sobre sale de la fachada.

NO SE DISPONE DE FOTO INTERIOR.

Descripción de la calle: calle principal de acceso al centro urbano de Tui. Desde la antigüedad fue una de las calles más importantes y con mayor afluencia de tráfico. Actualmente cuenta con menos establecimientos. Tiene aceras a ambos lados y por el lado izquierdo es permitido aparcar lo que provoca la falta de visión en los establecimientos

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

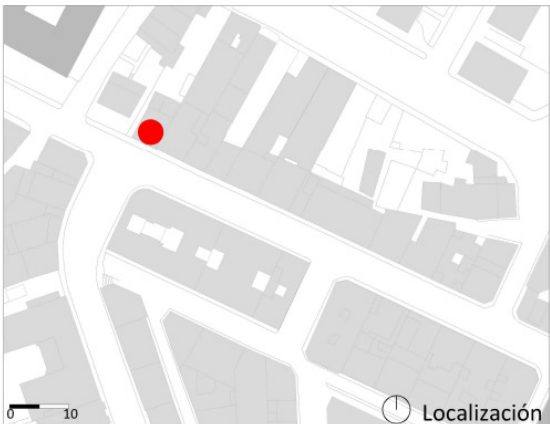
31



Fotografía de la calle Augusto González Besada



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Avenida Augusto Besada	 <p>interior establecimiento</p>
Nombre establecimiento: Valverde	
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista	
Uso: librería	
Año de apertura: 1960	
Descripción del establecimiento: establecimiento menor de 30 metros cuadrados con un espacio reducido debido a la cantidad de mercancía en el establecimiento, situada esta en el perímetro de la tienda. Su exterior se caracteriza por dos grandes aberturas, una de ellas por las que se accede al local. dispone en su fachada de un revistero para las publicaciones diarias y una marquesina que los protege con el nombre del establecimiento.	
Descripción de la calle: calle de acceso al paseo de la Corredera. Se caracteriza por ser una calle muy transitada al unirse con el punto céntrico. Es de doble sentido y con aceras a ambos lados. Además cuenta con zonas de carga y descarga y aparcamiento a un lado.	

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

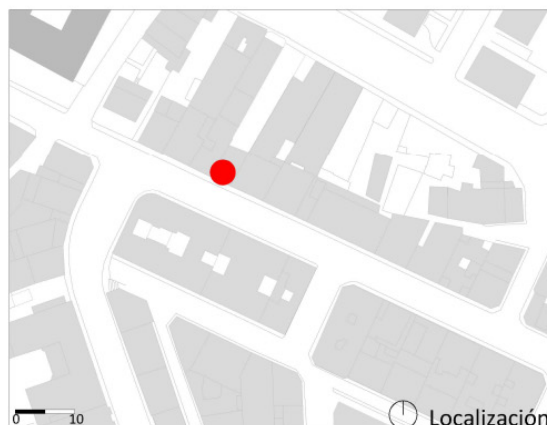
32



Fotografía de la calle Augusto González Besada



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Avenida Augusto Besada**Nombre establecimiento:** Bolero**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** prendas de vestir mujer**Año de apertura:** 1999

Descripción del establecimiento: establecimiento mayor de 40 metros cuadrados, con un espacio amplio en su interior debido a la disposición del mobiliario y estantes. Estos se encuentran en los laterales del local con mostradores de apoyo. Su exterior se caracteriza por dos grandes aberturas, una de ellas por las que se accede al local. La iluminación natural es recibida a través de la fachada principal que dispone de una gran vidriera de la que forma parte la puerta de entrada. No accesible para minusválidos. Respecto al rótulo se encuentra instalado en la parte superior de la vidriera.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



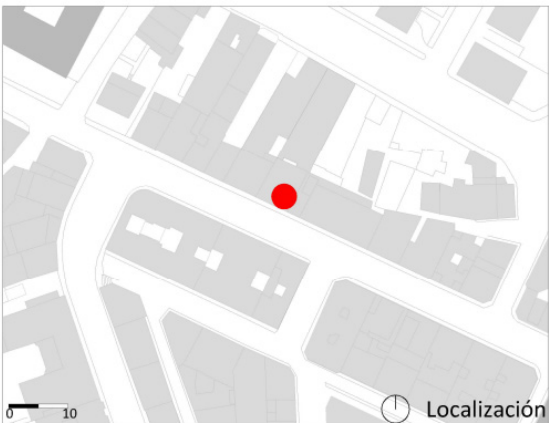
interior establecimiento


Descripción de la calle: calle de acceso al paseo de la Corredera. Se caracteriza por ser una calle muy transitada al unirse con el punto céntrico. Es de doble sentido y con aceras a ambos lados. Además cuenta con zonas de carga y descarga y aparcamiento a un lado.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

33



Localización: Avenida Augusto Besada	
Nombre establecimiento: La Camelia	
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista	
Uso: mercería y lencería	
Año de apertura: 1976	
Descripción del establecimiento: establecimiento menor de 40 metros cuadrados, cuadrangular y alargado con amplio espacio para la circulación de los clientes debido a su distribución, expositores a los laterales del establecimiento. El mostrador se encuentra al fondo del local. Respecto a su exterior, se caracteriza por tener una pequeña vidriera donde exponer sus productos, y un hueco mayor por el que se tiene acceso al local. El rótulo al igual que el establecimiento exterior se sitúa encima de la vidriera y es metálico sujeto a las piedras de la fachada.	 <p>interior establecimiento</p>
	Descripción de la calle: calle de acceso al paseo de la Corredera. Se caracteriza por ser una calle muy transitada al unirse con el punto céntrico. Es de doble sentido y con aceras a ambos lados. Además cuenta con zonas de carga y descarga y aparcamiento a un lado.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

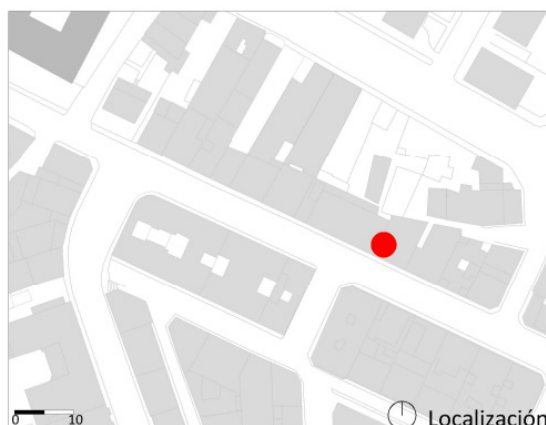
34



Fotografía de la calle Augusto González Besada



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Avenida Augusto Besada**Nombre establecimiento:** Doce**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** óptica**Año de apertura:** 2003

Descripción del establecimiento: establecimiento mayor de 30 metros cuadrados, con cabinas independientes para los diferentes servicios que ofrecen. Cuenta además con expositores a los laterales de la tienda. Tiene varios mostradores de atendimento en la parte izquierda del local. Su exterior se caracteriza por dos grandes aberturas diferentes, una de ellas por las que se accede al local de forma rectangular y otra formada por un arco de medio punto que actúa como escaparate y aporta claridad al establecimiento. El rótulo es una placa sujeta a la fachada de la pared a la altura de la vista.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



Interior establecimiento

Descripción de la calle: calle de acceso al paseo de la Corredera. Se caracteriza por ser una calle muy transitada al unirse con el punto céntrico. Es de doble sentido y con aceras a ambos lados. Además cuenta con zonas de carga y descarga y aparcamiento a un lado.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

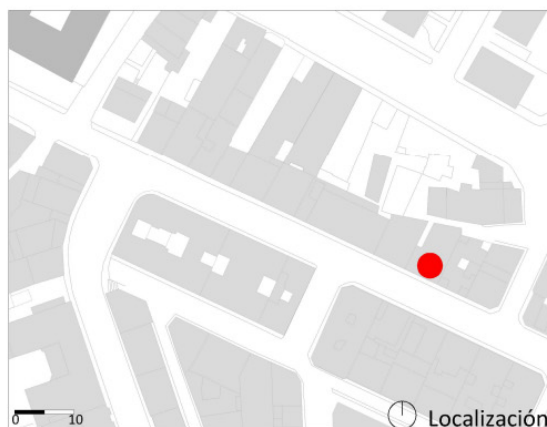
35



Fotografía de la calle Augusto González Besada



Alzado principal del establecimiento



Localización: Avenida Augusto Besada

Nombre establecimiento: Avenida

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: perfumería/cosmética

Año de apertura: 2001

Descripción del establecimiento: establecimiento mayor de 60 metros cuadrados, de planta cuadrangular y con mucho espacio para la circulación para los usuarios. Está dividido por sectores dependiendo de los productos expuestos. El mostrador se sitúa al lado izquierdo. Respecto a la fachada principal se compone de dos grandes paños vidriados que aportan luz al interior y actúan como escaparate.

NO SE DISPONE DE FOTO INTERIOR. POLÍTICA DE LA EMPRESA

Descripción de la calle: calle de acceso al paseo de la Corredera. Se caracteriza por ser una calle muy transitada al unirse con el punto céntrico. Es de doble sentido y con aceras a ambos lados. Además cuenta con zonas de carga y descarga y aparcamiento a un lado.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

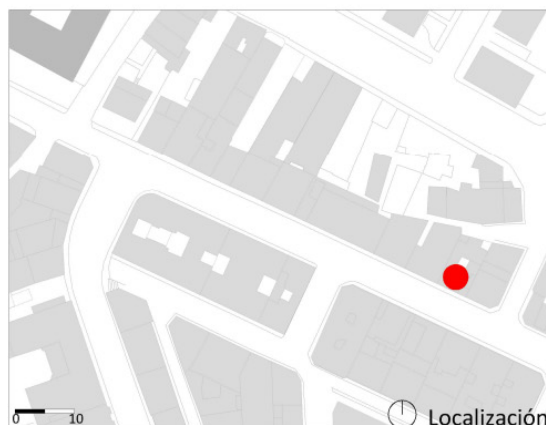
36



Fotografía de la calle Augusto González Besada



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Avenida Augusto Besada**Nombre establecimiento:** Calzado Montes**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** Calzado**Año de apertura:** 1940

Descripción del establecimiento: establecimiento menor de 30 metros cuadrados, rectangular, su interior se distribuye a través de la disposición de estantes embutidos en las paredes, en todo su perímetro. Cuenta además con sofás para sentarse y probar el calzado. El mostrador se encuentra en frente a la puerta a la que hay que acceder a través de unos escalones. Su exterior caracterizado por una amplia vidriera que funciona como escaparate y aporta claridad al interior. Su fachada en la que predomina la piedra, se encuentra en la parte superior el nombre del establecimiento y un toldo.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle de acceso al paseo de la Corredera. Se caracteriza por ser una calle muy transitada al unirse con el punto céntrico. Es de doble sentido y con aceras a ambos lados. Además cuenta con zonas de carga y descarga y aparcamiento a un lado.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

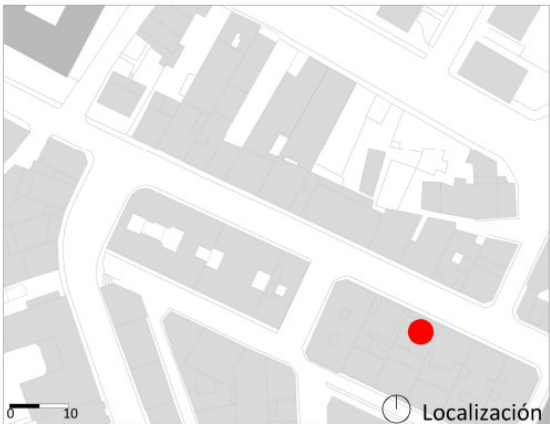
37



Fotografía de la calle Augusto González Besada



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Avenida Augusto Besada
Nombre establecimiento: Fonte electricidad
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: electricidad (equipamiento casa)
Año de abertura: 1960?
Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a 20 metros cuadrados en el que la mercancía se distribuye en el perímetro del establecimiento. A la izquierda del local se dispone de un pequeño mostrador para atender a los clientes. Respecto a su exterior se caracteriza por una fachada revestida en piedra con dos vidrieras que componen el escaparate y, en medio de estas, la puerta de acceso estrecha. Su rótulo expuesto en la parte superior, de diferente tamaño, es luminoso y con colores llamativos. Cuenta además con un cierre de seguridad, Rejas, para proteger el interior.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle de acceso al paseo de la Corredera. Se caracteriza por ser una calle muy transitada al unirse con el punto céntrico. Es de doble sentido y con aceras a ambos lados. Además cuenta con zonas de carga y descarga y aparcamiento a un lado.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

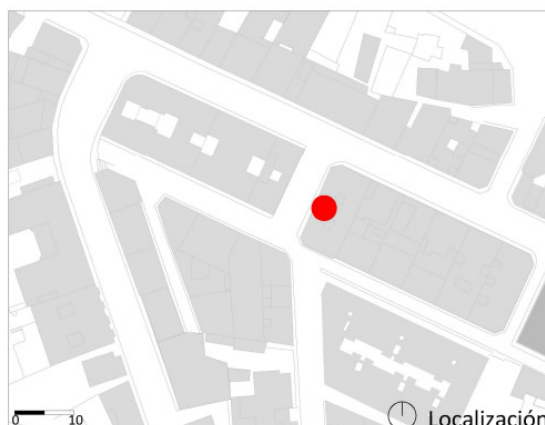
38



Fotografía de la calle Rosa Bahamonde



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Rosa Bahamonde**Nombre establecimiento:** El Santo**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** panadería- pastelería (Alimentación)**Año de apertura:** 1982

Descripción del establecimiento: establecimiento menor de 30 metros cuadrados al público, ya que cuenta con un amplia zona de trabajo a la que no se accede públicamente. En su interior existe un gran espacio vacío que sirve de recepción. Los productos se encuentran expuestos en mostradores de vidrio para conservar todas sus propiedades. El consumidor no tiene acceso directo a ello, si no a través del dependiente. Su fachada, compuesta por dos huecos con grandes vidrios, uno de ellos dedicados a la exposición de productos. Su rotulo metálico situado en la parte superior del local está dividido en dos.

NO SE DISPONE DE FOTO
INTERIOR.

Descripción de la calle: calle paralela a Augusto Besada. Es una calle en la que predomina el uso patonal. Tiene aceras a ambos lados, es de un único sentido y con pavimento adoquinado. Además cuenta con aparcamiento a un lado por lo que dificulta el contacto visual con los escaparates de los establecimientos comerciales.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

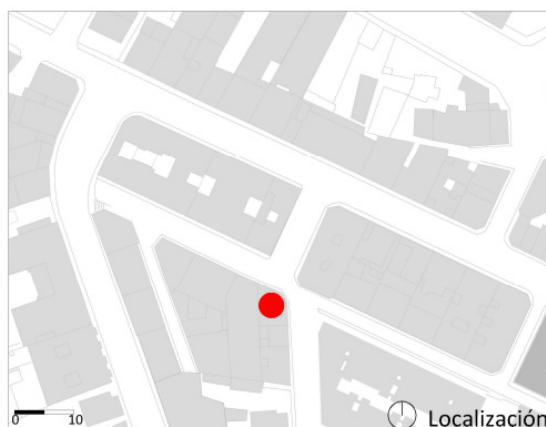
39



Fotografía de la calle Rosa Bahamonde



Alzado principal del establecimiento



Localización: Rosa Bahamonde

Nombre establecimiento: Otzi

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: prendas de vestir chico y chica

Año de apertura: 2004

Descripción del establecimiento: establecimiento superior a 50 metros cuadrados accesible a través de una puerta central sin escalones. En su interior la mercancía se encuentra expuesta en el perímetro del local a través de estantes y también en pequeños expositores en el centro. Los mostradores de atendimento también se encuentra en medio del local. Su exterior, formados por dos amplios escaparates, cada uno expuesto a una calle, ocupan toda la fachada. En cuanto a sus rótulos se encuentran en los laterales de la puerta de acceso y el otro es un pequeño rectángulo sobre saliente.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle paralela a Augusto Besada. Es una calle en la que predomina el uso peatonal. Tiene aceras a ambos lados, es de un único sentido y con pavimento adoquinado. Además cuenta con aparcamiento a un lado por lo que dificulta el contacto visual con los escaparates de los establecimientos comerciales.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

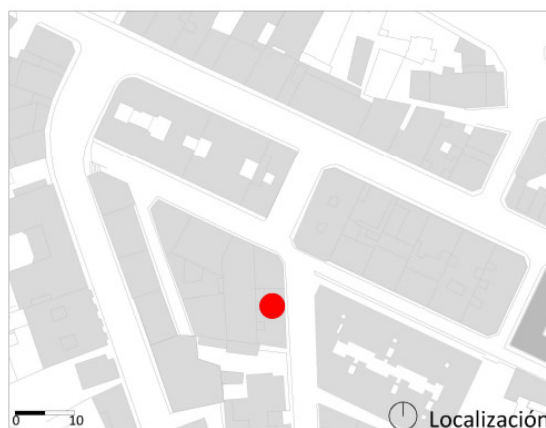
40



Fotografía de la calle Rosa Bahamonde



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Rúa Foxo**Nombre establecimiento:** Zarita**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** Lencería**Año de apertura:** 2003

Descripción del establecimiento: establecimiento menor de 60 metros cuadrados al que se accede a través de una puerta ancha y sin escalones. En su interior la mercancía se encuentra expuesta en el perímetro del local a través de estantes y también en pequeños expositores en el centro. Los mostradores de atendimento también se encuentra en medio del local. Su exterior se caracteriza por estar compuesto por un gran escaparate de vidrio que ocupa toda la fachada. El rótulo expuesto en línea con el vidrio del escaparate y encima de la puerta. Son letras metálicas y al lado el logo del local en color.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle paralela a Calvo Sotelo. Es una calle en la que predomina el uso patonal. Tiene aceras a ambos lados, es de un único sentido y con pavimento adoquinado. Además cuenta con aparcamiento a un lado por lo que dificulta el contacto visual con los escaparates de los establecimientos comerciales.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

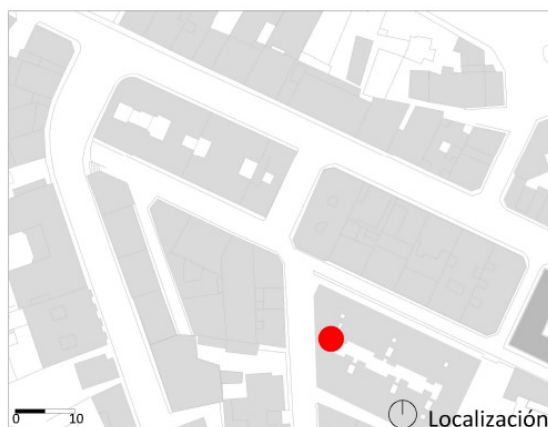
41



Fotografía de la calle Rosa Bahamonde



Alzado principal del establecimiento



Localización: Rúa Foxo

Nombre establecimiento: Glamour

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: Lencería

Año de apertura: 2000?

Descripción del establecimiento: establecimiento menor de 50 metros cuadrados. El interior al que se accede a través de una puerta situada en medio de la fachada y con varios escalones. En su interior la mercancía se encuentra expuesta en el perímetro del local a través de estantes y también en pequeños expositores en el centro. Los mostradores de atendimento se encuentran a la derecha del local. Su exterior caracterizado por una gran vidriera que actúa de escaparate y su revestimiento con placas que imitan a la madera.

NO SE DISPONE DE FOTO INTERIOR. POLÍTICA DE LA EMPRESA

Descripción de la calle: calle paralela a Calvo Sotelo. Es una calle en la que predomina el uso patonal. Tiene aceras a ambos lados, es de un único sentido y con pavimento adoquinado. Además cuenta con aparcamiento a un lado por lo que dificulta el contacto visual con los escaparates de los establecimientos comerciales.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

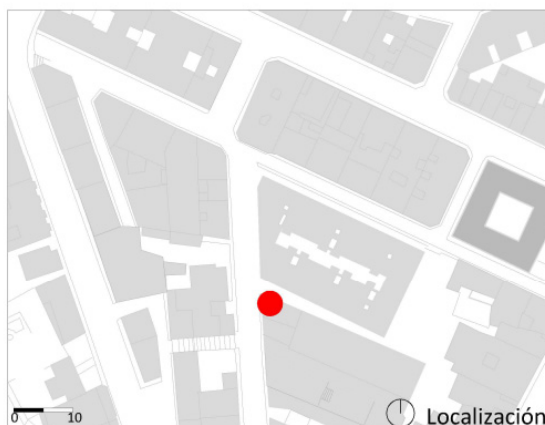
42



Fotografía de la calle Rosa Bahamonde



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Rúa Foxo**Nombre establecimiento:** Valenzuela**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** Lencería**Año de apertura:** 2013

Descripción del establecimiento: establecimiento mayor a 120 metros cuadrados. Se accede a su interior a través de una puerta que hace esquina entre dos calles. La mercancía en su interior está colocada por todo el local, al tratarse de piezas grandes, formando ambientes diferentes. El exterior formado por grandes vidrieras que solo se ven interrumpidas por las columnas forradas en piedras. Su rótulo situado en la parte superior de la puerta de entrada, es metálico con letras en diferente color para llamar la atención.



Interior establecimiento

Descripción de la calle: calle paralela a Calvo Sotelo. Es una calle en la que predomina el uso patonal. Tiene aceras a ambos lados, es de un único sentido y con pavimento adoquinado. Además cuenta con aparcamiento a un lado por lo que dificulta el contacto visual con los escaparates de los establecimientos comerciales.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

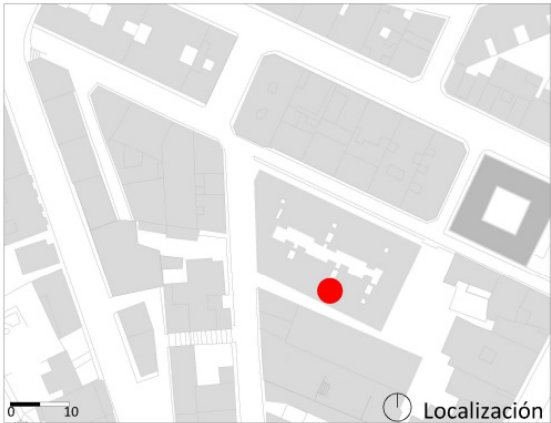
43



Fotografía de la calle Rosa Bahamonde



Alzado principal del establecimiento



Localización

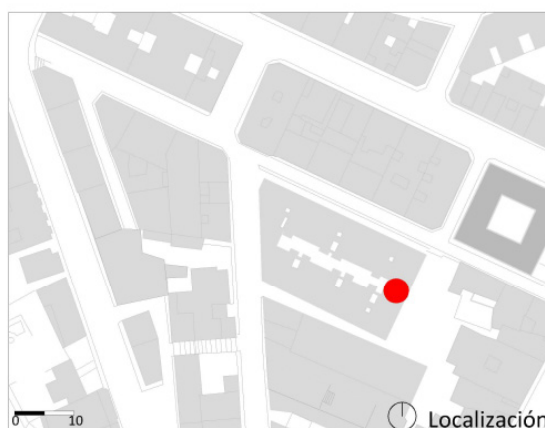
Localización: Rúa Foxo
Nombre establecimiento: D´Dorna
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: prendas de vestir
Año de abertura: 2003
Descripción del establecimiento: establecimiento menor a 70 metros cuadrados. En su interior la mercancía se encuentra expuesta en el perímetro del local a través de estantes y también en pequeños expositores en el centro. Los mostradores de atendimento también se encuentra en el lateral izquierdo al fondo del local. Su exterior esta compuesto por tres huecos, dos escaparates y el hueco de la puerta de acceso que cuenta con un pequeño escalón. El resto de la fachada está pintada de color azul y el rótulo, formado por letras metálicas, es expuesto encima de la marquesina.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle paralela a Calvo Sotelo. Es una calle en la que predomina el uso patonal. Tiene aceras a ambos lados, es de un único sentido y con pavimento adoquinado. Además cuenta con aparcamiento a un lado por lo que dificulta el contacto visual con los escaparates de los establecimientos comerciales.



Localización: Rúa Foxo

Nombre establecimiento: Mia

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: prendas de vestir

Año de apertura: 2013

Descripción del establecimiento: establecimiento mayor a 60 metros cuadrados. Cuenta con un amplio espacio interior libre ya que toda la mercancía se encuentra en el perímetro del local y el mostrador de atendimento se encuentra al fondo. Su escaparate, formado por grandes vidrios se encuentra tapado visualmente debido a una terraza de un local próximo de hostelería. Su rótulo se encuentra adherido al cristal en letras de vinilo color rosa.



Descripción de la calle: calle paralela a Calvo Sotelo. Es una calle en la que predomina el uso patonal. Tiene aceras a ambos lados, es de un único sentido y con pavimento adoquinado. Además cuenta con aparcamiento a un lado por lo que dificulta el contacto visual con los escaparates de los establecimientos comerciales.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

45



Fotografía de la calle foxo



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Rúa Foxo
Nombre establecimiento: Mm3
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: prendas de vestir
Año de apertura: 2000?
Descripción del establecimiento: establecimiento menor a 40 metros cuadrados, de planta rectangular, con poca iluminación natural interior. La mercancía se encuentra expuesta en los laterales del local, y en expositores esparcidos por el interior. Su exterior lo definen las amplias vidrieras que funcionan como escaparate que solo se ve interrumpido por las columnas del edificio. Su rótulo situado en la parte superior y hacia la izquierda del vidrio situado en la calle Rosa Bahamonde, es metálico y con letras sueltas.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle paralela a Calvo Sotelo. Es una calle en la que predomina el uso patonal. Tiene aceras a ambos lados, es de un único sentido y con pavimento adoquinado. Además cuenta con aparcamiento a un lado por lo que dificulta el contacto visual con los escaparates de los establecimientos comerciales.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

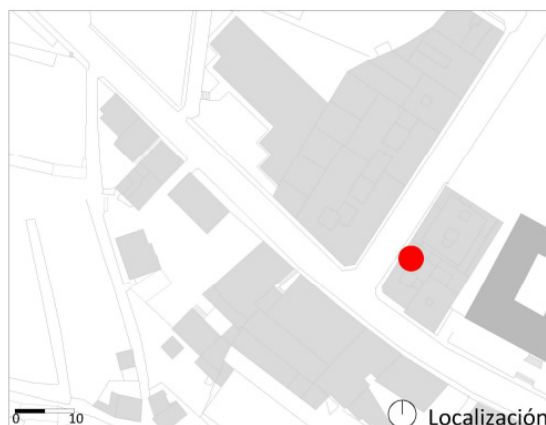
46



Fotografía de la calle Alcalde Casal Aboy



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Alcalde Casal Aboy**Nombre establecimiento:** Pleno Modas**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** prendas de vestir**Año de apertura:** 2002

Descripción del establecimiento: establecimiento mayor de 80 cuadrados, de planta rectangular, muy amplio. La mercancía se encuentra expuesta en los laterales del local, y en expositores colocados arbitrariamente en el interior.

Su exterior lo definen las amplias vidrieras que funcionan como escaparate que solo se ve interrumpido por las columnas del edificio. Su rótulo situado en la parte superior y hacia la izquierda del vidrio situado en la calle Rosa Bahamonde, es metálico y con letras sueltas.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle perpendicular a la calle Colón. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

47



Fotografía de la calle Alcáide Casal Aboy



Alzado principal del establecimiento



Localización: Alcáide Casal Aboy
Nombre establecimiento: Horta Verde
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: Frutería- Alimentación
Año de apertura: 2005
Descripción del establecimiento: establecimiento menor a 40 metros cuadrados, de planta rectangular. La mercancía se encuentra expuesta en los laterales del local, y en diferentes expositores expuestos en el interior, dejando un amplio lugar para el paso de las personas. El mostrador de recepción se encuentra en el lateral izquierdo al medio del local. Su exterior lo definen el hueco del escaparate y la puerta de acceso acristalada también, lo que aporta claridad al establecimiento. Su rótulo está situado en la parte superior del amplio hueco y en el vidrio del escaparate con vinilo verde.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle perpendicular a la calle Colón. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

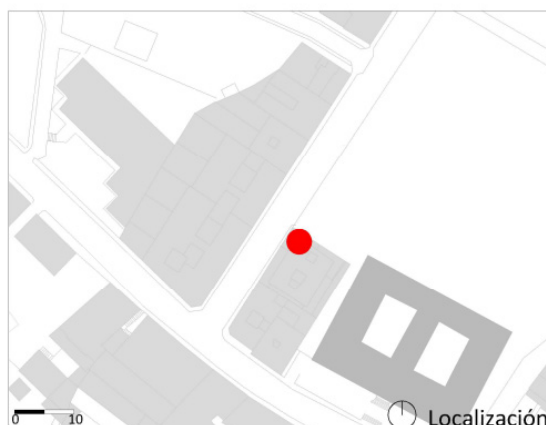
48



Fotografía de la calle Alcalde Casal Aboy



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Alcalde Casal Aboy**Nombre establecimiento:** Cucadas**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** Puericultura**Año de apertura:** 2005

Descripción del establecimiento: establecimiento menor a 50 metros cuadrados, de planta rectangular, estrecha y alargada. La mercancía se encuentra expuesta en los laterales del local, y en medio del local formando una fila. Su exterior lo definen las amplias vidrieras que funcionan como escaparates, una de ellas funciona como la puerta de acceso al local (adaptado a la movilidad reducida). Su rótulo situado en la parte superior de una de las vidrieras del establecimiento, es de color rosa y adquirido al cristal al tratarse de letras de vinilo.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle perpendicular a la calle Colón. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

49



Fotografía de la calle Alcáide Casal Aboy



Alzado principal del establecimiento



Localización: Alcáide Casal Aboy
Nombre establecimiento: Jose Antonio
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: joyería
Año de apertura: 1989
Descripción del establecimiento: establecimiento mayor de 70 metros cuadrados, de planta rectangular. La mercancía se encuentra expuesta en los laterales del local, en el interior de vitrinas. Su exterior lo definen la amplia recepción del local en el que a través de grandes vidrios se puede observar parte de los objetos expuestos a la venta . Su rótulo situado en la parte superior de la fachada lo componen letras metálicas doradas. El material restante de la fachada es la piedra.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle perpendicular a la calle Colón. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

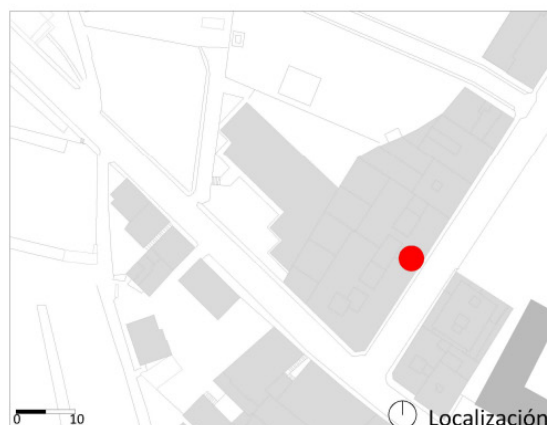
50



Fotografía de la calle Alcalde Casal Aboy



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Alcalde Casal Aboy**Nombre establecimiento:** Mi casa**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** menaje y decoración casa**Año de apertura:** 2013

Descripción del establecimiento: establecimiento menor a 80 metros cuadrados, de planta rectangular. La mercancía se encuentra expuesta en los laterales del local, y en diferentes expositores expuestos en el interior. Su exterior lo definen un amplio vidrio que aporta luz a la tienda y desde el cual permite observar todo lo interior de la tienda. Asimismo cuenta con otro hueco vidriado que es la puerta de acceso al local (no accesible para personas con capacidades reducidas). Su rótulo situado en la parte superior del escaparate lo componen letras vinílicas de color azul adheridas al vidrio.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle perpendicular a la calle Colón. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

51



Fotografía de la calle Alcázar Casal Aboy



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Alcázar Casal Aboy
Nombre establecimiento: Froiz
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: supermercado-Alimentación
Año de apertura: 2006
Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los 200 metros cuadrados, al cual se le puede denominar como un autoservicio al tratarse de un supermercado. Su espacio interior está distribuido en grandes pasillos divididos por estantes y por sectores de la alimentación, además de poseer una amplia recepción. Es un local accesible a todo tipo de personas y su fachada exterior es compuesta por una gran vidriera que actúa como puerta de acceso. Posee un cartel indicativo con su nombre de gran tamaño.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle perpendicular a la calle Colón. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

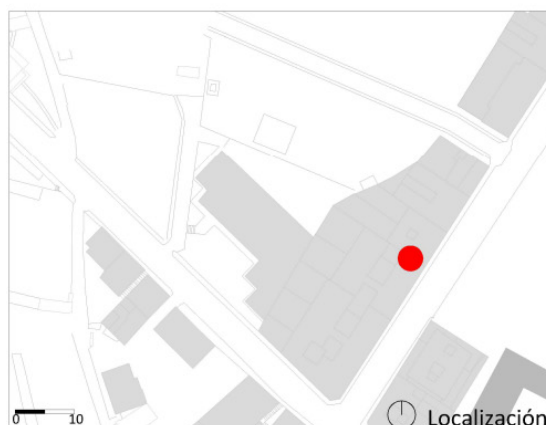
52



Fotografía de la calle Alcalde Casal Aboy

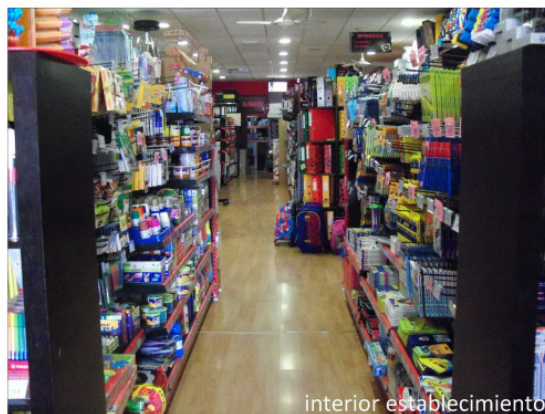


Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Alcalde Casal Aboy**Nombre establecimiento:** Carlin**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** librería-copistería-papelería**Año de apertura:** 2007

Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los 100 metros cuadrados, planta rectangular. Su espacio interior está distribuido en grandes pasillos divididos por estantes y por sectores diferenciando los diferentes productos. Es un local accesible a todo tipo de personas y su fachada exterior es compuesta por una gran vidriera que actúa como escaparate. Para la protección de los productos cuenta con un toldo negro que lleva estampado el nombre del establecimiento. Además posee un rótulo adherido a la fachada en la parte superior del toldo y otro sobresaliente hacia la calle.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle perpendicular a la calle Colón. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

53



Fotografía de la calle Alcázar Casal Aboy



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Alcázar Casal Aboy
Nombre establecimiento: Caramelos
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: caramelos-Alimentación
Año de apertura: 2013*
Descripción del establecimiento: establecimiento menor de 40 metros cuadrados, de forma rectangular en el que la mercancía se encuentra expuesta en diversos stands situados por todo el local, mientras que el mostrador se encuentra en el extremo izquierdo del local. Su exterior es caracterizado por una amplia vidriera que aporta luminosidad al interior del local y que se divide en varios apartados para dejar en el centro la puerta de entrada y un pequeño recibidor exterior. Sus rótulos se encuentran situados en los laterales del establecimiento.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia
* Existía anteriormente en la calle Rosa Bahamonde



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle perpendicular a la calle Colón. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

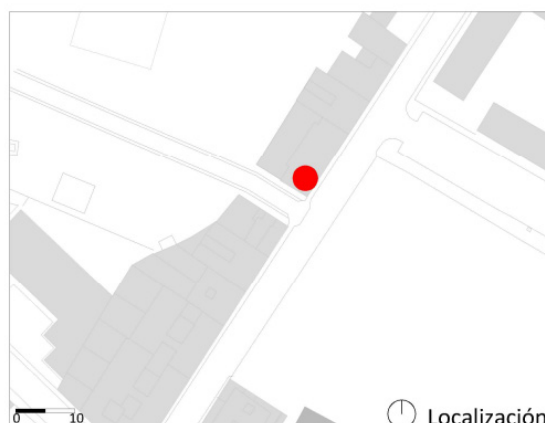
54



Fotografía de la calle Alcalde Casal Aboy



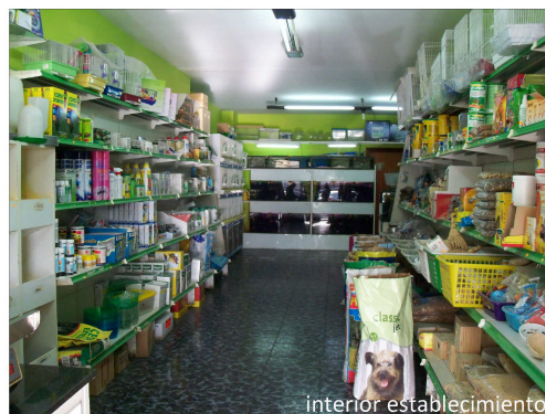
Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Alcalde Casal Aboy**Nombre establecimiento:** Agrotui**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** productos agrícolas**Año de apertura:** 1994

Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a 60 metros cuadrados, planta en forma de L, alargado y estrecho en el que la mercancía se encuentra expuesta en estanterías a ambos lados de las paredes. En su fachada principal observamos dos vanos, el vano de la puerta que da acceso al local a través de un escalón y el vano de la ventana, que a su vez actúa como escaparate. Su fachada es principalmente compuesta de placas de piedra con una marquesina para proteger el escaparate y que lleva el nombre del local estampado. Además posee el rótulo en la parte superior a esta.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle perpendicular a la calle Colón. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcarse en un lateral de la calle.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

55



Fotografía de la calle Alcáide Casal Aboy



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Alcalde Casal Aboy
Nombre establecimiento: Cinta's
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: mercería-lencería-ropa infantil
Año de apertura: 1995
Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a 60 metros cuadrados, de planta rectangular, con los probadores al fondo y con una amplitud mayor visualmente debido a la forma en que está distribuida la mercancía (en el perímetro del local).Su exterior se caracteriza por tres vanos, dos de ellos aportan luz al interior del local y funcionan como escaparate y otro de mayor dimensión es la puerta de acceso al local. La fachada es de piedra y para la protección de la mercancía existe un toldo. Su rótulo esta situado en la parte superior de la fachada adherido al cristal

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle perpendicular a la calle Colón. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

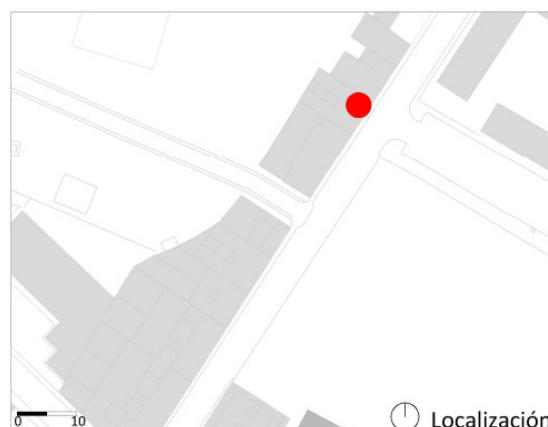
56



Fotografía de la calle Alcalde Casal Aboy



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Alcalde Casal Aboy**Nombre establecimiento:** Hermanos Álvarez**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** frutería-Alimentación**Año de apertura:** 1982

Descripción del establecimiento: establecimiento menor de 60 metros cuadrados, de forma rectangular en el que la mercancía se encuentra expuesta en diversos stands situados por todo el local, mientras que el mostrador se encuentra en el extremo izquierdo del local. Su exterior es caracterizado por una amplia vidriera que aporta luminosidad al interior del local y que se divide en varios apartados para dejar en el centro la puerta de entrada y un pequeño recibidor exterior. Su rótulo se encuentra en la parte superior de la cristalera adquerido al cristal, al tratarse de letras vinílicas.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



Interior establecimiento

Descripción de la calle: calle perpendicular a la calle Colón. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

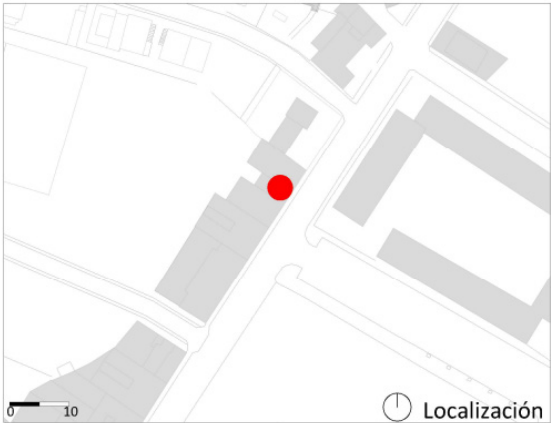
57



Fotografía de la calle Alcalde Casal Aboy



Alzado principal del establecimiento



Localización: Alcalde Casal Aboy
Nombre establecimiento: Pleno Modas
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: Calzado
Año de apertura: 2007
Descripción del establecimiento: superior a los 120 metros cuadrados, de planta rectangular en el que la mercancía se encuentra expuesta en los laterales del local y también por el interior del local formando filas y con mobiliario de apoyo como bancos, de apoyo al cliente. Su mostrador se encuentra en medio del local. el exterior lo compone una amplia cristalera, interrumpida por la puerta de acceso, más al fondo creando de esta manera una pequeña galería o recibidor antes de llegar a entrar en el establecimiento. Su rótulo esta situado en la parte superior de la fachada .

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



Interior establecimiento

Descripción de la calle: calle perpendicular a la calle Colón. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.



Fotografía de la calle Alcalde Casal Aboy



Alzado principal del establecimiento



Localización: Alcalde Casal Aboy

Nombre establecimiento: Mabel

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: Herboristería

Año de apertura: 1998

Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a 30 metros cuadrados, de planta rectangular en el que la mercancía está colocada en estanterías bordeando el perímetro de la planta. el mostrador se encuentra al fondo del local. Su exterior se compone de una amplia cristalera en la que se puede observar el interior del lugar y que aporta luz al interior. La puerta de entrada se sitúa hacia un extremo (contiene varios escalones). Respecto a su rótulo este se encuentra en la parte superior de la fachada adherido a la pared y también con letras vinílicas en la cristalera.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle perpendicular a la calle Colón. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcarse en un lateral de la calle.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

59



Fotografía de la calle Maristas



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Calle Maristas
Nombre establecimiento: T copias
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: copistería
Año de apertura: 2005-2006
Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los 70 metros cuadrados, de planta rectangular, con rampa de entrada. En su interior el consumidor solo puede acceder a un determinado espacio ya que el restante espacio está ocupado por las máquinas fotocopiables. Los mostradores se encuentran cerca de la entrada delimitando el dicho espacio de acceso al consumidor. En cuanto al exterior, su fachadas principales se vuelven hacia dos calles, estas se componen de vanos de vidrio con marco de aluminio por el que dejan observar el interior del local y en ellos se encuentra el rotulo.

NO SE DISPONE DE FOTO INTERIOR. POLÍTICA DE LA EMPRESA

Descripción de la calle: calle paralela a la calle Compostela. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcarse en un lateral de la calle.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

60



Fotografía de la calle Maristas



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Calle Maristas**Nombre establecimiento:** Yoapel**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** productos peluquería**Año de apertura:** 2002

Descripción del establecimiento: establecimiento menor a 50 metros cuadrados, de planta rectangular, estrecha y alargada. La mercancía se encuentra expuesta en los laterales del local, y en medio del local formando una fila. Su exterior lo definen las amplias vidrieras que funcionan como escaparates, una de ellas funciona como la puerta de acceso al local. Su rótulo situado en la parte superior de una de las vidrieras del establecimiento, es de color rosa y adherido al cristal al tratarse de letras de vinilo. También cuenta con un rótulo rectangular sobresaliendo de la fachada.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle paralela a la calle Compostela. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

61



Fotografía de la calle Maristas



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Calle Maristas
Nombre establecimiento: Hiperxel
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: congelados-Alimentación
Año de apertura: 2002-3?
Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los 80 metros cuadrados, de planta rectangular, en la que todos los productos se encuentran en pequeños congeladores para la conservación de los alimentos. Estos se sitúan en el perímetro y en el interior del local formando filas y amplios pasillos. Su exterior pintado del mismo color que el interior, predomina la bertura de dos amplios vanos que aportan claridad al interior y de un vano central mucho mas pequeño que es la puerta de acceso (con escalones). El rótulo está situado en la parte superior de la fachada.



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle paralela a la calle Compostela. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

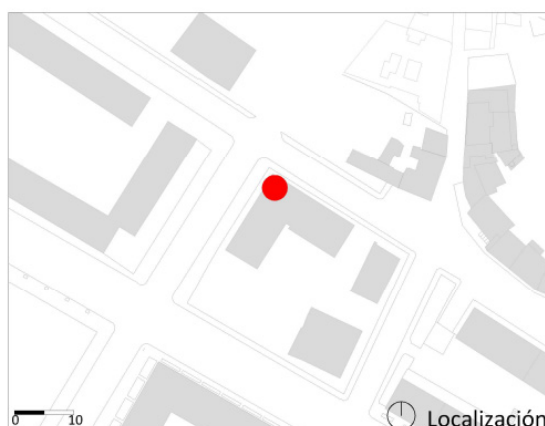
62



Fotografía de la calle Maristas

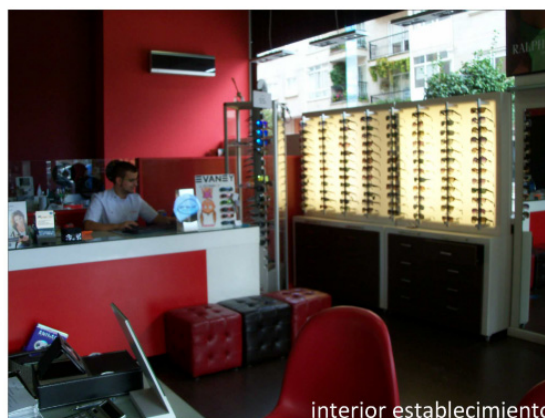


Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Calle Maristas**Nombre establecimiento:** Zenvisión**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** óptica**Año de apertura:** 2006

Descripción del establecimiento: superior a los 60 metros cuadrados en el que se dividen en diferentes cabinas para poder consultar y diagnosticar a los pacientes. El espacio de recepción y venta de gafas queda delimitado por la presencia de dos mostradores en los laterales y el tercero por los expositores de las gafas. Su exterior, compuesto por dos fachadas que dan cada una a una vía, es caracterizado por grandes vanos de vidrio y su revestimiento en placas que imitan a la madera. Sus rótulos se encuentran en todos los vidrios y a la izquierda de la fachada principal.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: calle paralela a la calle Compostela. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.

FICHA TÉCNICA		ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI		63											
															
Fotografía de la calle Maristas															
															
Alzado principal del establecimiento		Localización													
<table><tr><td>Localización: Calle Maristas</td><td rowspan="5"></td></tr><tr><td>Nombre establecimiento: Hiperxel</td></tr><tr><td>Tipo establecimiento: Establecimiento minorista</td></tr><tr><td>Uso: congelados-Alimentación</td></tr><tr><td>Año de apertura: 2002-3?</td></tr><tr><td colspan="2">Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los ochenta metros cuadrados , planta rectangular, en la que la mercancía se sitúa en el perímetro del local y también colocada en diferentes expositores de manera a crear diferentes zonas (calzado, camisetas deportivas, entreno..) Su exterior compuesto por grandes vidrios que actúan como escaparate y aportan claridad a la tienda. Su rótulo está situado en la parte superior con letras llamativas, además de estar rotulado en el toldo que protege el escaparate</td><td colspan="3">Descripción de la calle: calle paralela a la calle Compostela. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.</td></tr></table>					Localización: Calle Maristas		Nombre establecimiento: Hiperxel	Tipo establecimiento: Establecimiento minorista	Uso: congelados-Alimentación	Año de apertura: 2002-3?	Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los ochenta metros cuadrados , planta rectangular, en la que la mercancía se sitúa en el perímetro del local y también colocada en diferentes expositores de manera a crear diferentes zonas (calzado, camisetas deportivas, entreno..) Su exterior compuesto por grandes vidrios que actúan como escaparate y aportan claridad a la tienda. Su rótulo está situado en la parte superior con letras llamativas, además de estar rotulado en el toldo que protege el escaparate		Descripción de la calle: calle paralela a la calle Compostela. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.		
Localización: Calle Maristas															
Nombre establecimiento: Hiperxel															
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista															
Uso: congelados-Alimentación															
Año de apertura: 2002-3?															
Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los ochenta metros cuadrados , planta rectangular, en la que la mercancía se sitúa en el perímetro del local y también colocada en diferentes expositores de manera a crear diferentes zonas (calzado, camisetas deportivas, entreno..) Su exterior compuesto por grandes vidrios que actúan como escaparate y aportan claridad a la tienda. Su rótulo está situado en la parte superior con letras llamativas, además de estar rotulado en el toldo que protege el escaparate		Descripción de la calle: calle paralela a la calle Compostela. Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de dimensiones reducidas. Actualmente es una vía de dirección única con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al dar acceso al aparcamiento del área Panorámica y a poder aparcar en un lateral de la calle.													

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

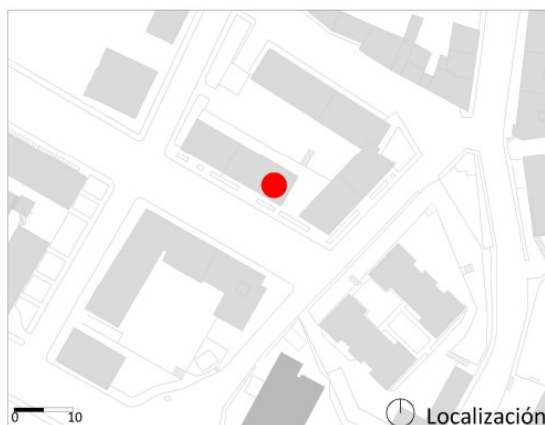
64



Fotografía de la calle Compostela



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Calle Compostela**Nombre establecimiento:** Woman**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** lencería**Año de apertura:** 1994

Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los 50 metros cuadrados, de planta rectangular y con mucha amplitud en su interior debido a la distribución de los artículos, situados en el perímetro del local. Existen dos mostradores dependiendo la sección. Su exterior lo definen tres amplios vanos que actúan de escaparate y aportan claridad y otro mucho más pequeño por el que se accede al local a través de un pequeño escalón. Cuenta con un pequeño toldo donde está estampado el nombre del local



interior establecimiento

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de grandes dimensiones. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

65



Fotografía de la calle Compostela



Alzado principal del establecimiento



Localización: Calle Compostela

Nombre establecimiento: Gatitos

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: puericultura

Año de apertura: 2005*

Descripción del establecimiento: establecimiento superior a 50 metros cuadrados de planta rectangular, dividido en dos sectores: calzado infantil y puericultura. La mercancía se encuentra expuesta en el local a través de pequeños expositores situados en el interior. Su fachada, en la que predominan los grandes escaparates y que aportan claridad al interior tienen sus rótulos expuestos en el lateral de la fachada y otro sobresaliendo de la fachada.

* son dos establecimientos comerciales que existían en la calle Betanzos y se unieron en 2013 en un único local.



interior establecimiento

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de grandes dimensiones. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

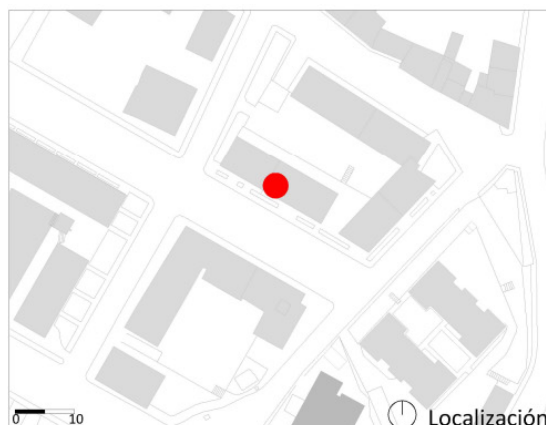
66



Fotografía de la calle Compostela



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Calle Compostela**Nombre establecimiento:** Petit zapatería**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** calzado infantil**Año de apertura:** 2009

Descripción del establecimiento: establecimiento superior a 50 metros cuadrados de planta rectangular, dividido en dos sectores: calzado infantil y puericultura. La mercancía se encuentra expuesta en el local a través de pequeños expositores situados en el interior. Su fachada, en la que predominan los grandes escaparates y que aportan claridad al interior tienen sus rótulos expuestos en el lateral de la fachada y otro sobresaliendo de la fachada.

* son dos establecimientos comerciales que existían en la calle Betanzos y se unieron en 2013 en un único local.



Interior establecimiento

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de grandes dimensiones. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

67

A wide-angle photograph of a street in Tui, Spain. The street is paved with cobblestones and has a wide pedestrian crossing. On the left, there are several parked cars, including a white van and a dark SUV. On the right, more cars are parked along the curb. In the background, there are multi-story residential buildings with balconies and windows. The sky is clear and blue.

Fotografía de la calle Compostela

A photograph of the main entrance of the 'Suit' store. The facade is made of light-colored stone or concrete. Above the entrance, there is a large window display with various items on display, including a car and some clothing. The word 'Suit' is written in a stylized font above the window. To the right of the window, there is a small sign that says 'Alzado principal del establecimiento'.

Alzado principal del establecimiento

A map showing the location of the store. A red dot marks the store's location on a street grid. A scale bar indicates a distance of 10 meters. A clock icon is also present, indicating the store's location relative to the center of the town.

Localización

Localización: Calle Compostela

Nombre establecimiento: Suit

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: ropa

Año de apertura: 2011

Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los 50 metros cuadrados, de planta rectangular, visualmente con mayor amplitud debido a la forma de distribución. La ropa se encuentra en percheros expuestos por el interior como si se tratase de una exposición. Su exterior marcado por amplios vanos que funcionan a la vez de escaparate y de entrada principal a la que se accede a través de unos escalones. El material predominante es la piedra y su rótulo está situado en la parte superior de la fachada con letras metálicas y de manera discreta.

A photograph of the interior of the 'Suit' store. The store has a modern, minimalist design with a dark floor and white walls. Clothing is displayed on metal hangers and racks. A large window in the background shows the street outside. The store is well-lit and organized.

interior establecimiento

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de grandes dimensiones. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

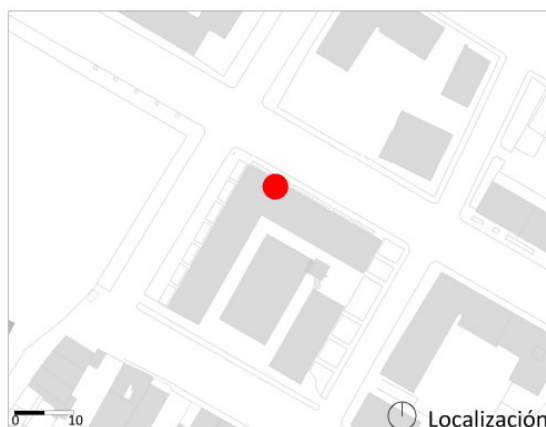
68



Fotografía de la calle Compostela



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Calle Compostela**Nombre establecimiento:** Frutas mejor**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** Frutería**Año de apertura:** no facilitado

Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a unos 50 metros cuadrados en la que la disposición de la mercancía se encuentra en los laterales y en un pasillo central. Tiene un pequeño mostrador en la entrada. En su exterior, donde predomina el revestimiento en ladrillo, posee un amplio vano que aporta claridad y otro más pequeño que actúa como puerta de acceso con un pequeño escalón. El rótulo se sitúa en la parte superior de la fachada con grandes dimensiones en relación a la fachada.

NO SE DISPONE DE FOTO
INTERIOR. POLÍTICA DE LA
EMPRESA

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de grandes dimensiones. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA		ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI		69						
										
Fotografía de la calle Compostela										
										
Alzado principal del establecimiento		Localización								
<table><tr><td>Localización: Calle Compostela</td></tr><tr><td>Nombre establecimiento: Parafarmacia Aloia</td></tr><tr><td>Tipo establecimiento: Establecimiento minorista</td></tr><tr><td>Uso: parafarmacia</td></tr><tr><td>Año de apertura: 2012</td></tr><tr><td>Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a 50 metros cuadrados de forma poligonal en la que los productos se encuentra expuestos en estanterías perimetrales al local. Al fondo se encuentra el mostrador de recibimiento. Su exterior formado por una gran cristalera que aporta claridad al local. Respecto el rótulo este se sitúa en la parte superior de la fachada.</td></tr></table>					Localización: Calle Compostela	Nombre establecimiento: Parafarmacia Aloia	Tipo establecimiento: Establecimiento minorista	Uso: parafarmacia	Año de apertura: 2012	Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a 50 metros cuadrados de forma poligonal en la que los productos se encuentra expuestos en estanterías perimetrales al local. Al fondo se encuentra el mostrador de recibimiento. Su exterior formado por una gran cristalera que aporta claridad al local. Respecto el rótulo este se sitúa en la parte superior de la fachada.
Localización: Calle Compostela										
Nombre establecimiento: Parafarmacia Aloia										
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista										
Uso: parafarmacia										
Año de apertura: 2012										
Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a 50 metros cuadrados de forma poligonal en la que los productos se encuentra expuestos en estanterías perimetrales al local. Al fondo se encuentra el mostrador de recibimiento. Su exterior formado por una gran cristalera que aporta claridad al local. Respecto el rótulo este se sitúa en la parte superior de la fachada.										
										
		interior establecimiento								
Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de grandes dimensiones. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.										

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

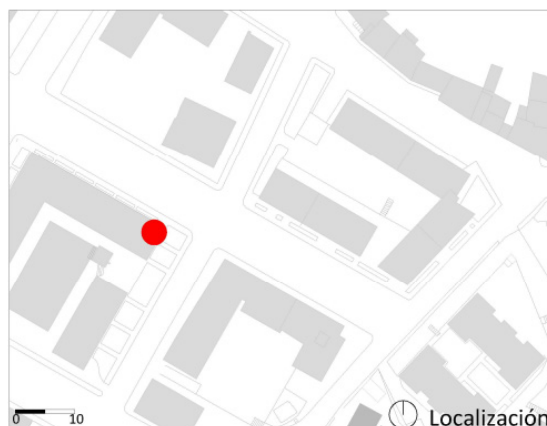
70



Fotografía de la calle Compostela



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Calle Compostela**Nombre establecimiento:** Elia**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** mercería-lencería**Año de apertura:** 1983

Descripción del establecimiento: establecimiento superior a 100 metros cuadrados, su planta es en forma de U con amplios pasillos al estar la mercancía en los perímetros del local. Su mostrador se encuentra situado en una esquina del local. Su exterior, en el que tiene dos fachadas vueltas hacia la calle, destaca por sus grandes vidrieras que actúan como escaparate y aportan claridad al recinto. Además cuenta con una marquesina fija que protege los productos y encima lleva sujeto el rótulo del local en letras metálicas. Se accede al local por la calle Lugo de forma directa.



interior establecimiento

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de grandes dimensiones. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

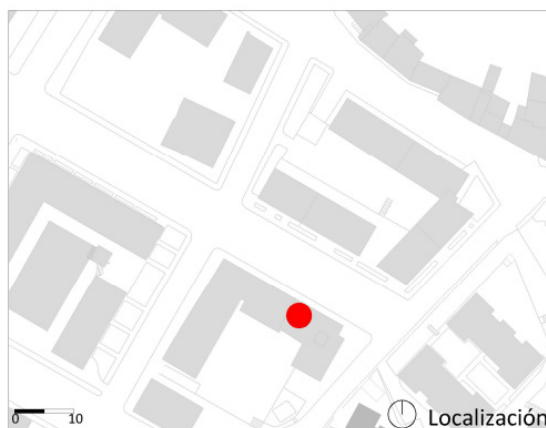
71



Fotografía de la calle Compostela



Alzado principal del establecimiento



Localización: Calle Compostela

Nombre establecimiento: Portela

Tipo establecimiento: Establecimiento minorista

Uso: mercería- lencería

Año de apertura: 1992*

Descripción del establecimiento: establecimiento superior a 80 metros cuadrados, planta rectangular en la que los productos se encuentran expuestos por todo el interior, mientras que los mostradores se sitúan al fondo. La fachada principal cuenta con amplios escaparates protegidos por un toldo que tiene rotulado el nombre del establecimiento. El rótulo esta anclado en el lateral de la pared de piedra.

* Este establecimiento lleva desde el 1992 en esta calle, sin embargo en los años ochenta se situaba en la avenida de Portugal.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de grandes dimensiones. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

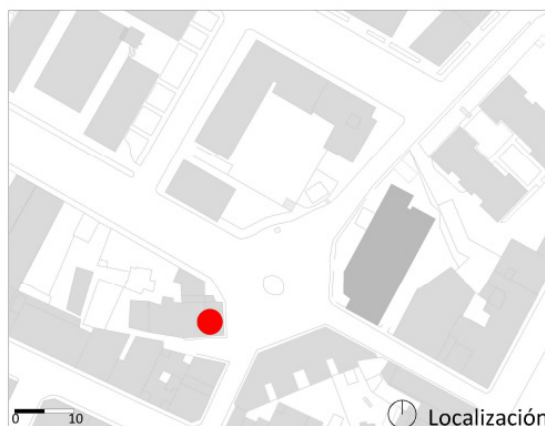
72



Fotografía de la calle Betanzos



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Calle Compostela**Nombre establecimiento:** Chevere**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** perfumería-droguería**Año de apertura:** -

Descripción del establecimiento: establecimiento menor de 50 metros cuadrados. En su interior la mercancía se encuentra expuesta en el perímetro del local a través de estantes y también en estanterías formando filas. Los mostradores de atendimento también se encuentra en el lateral izquierdo. Su exterior esta compuesto por tres huecos, dos escaparates y el hueco de la puerta de acceso que cuenta con un pequeño escalón. El resto de la fachada es de piedra y el rótulo se encuentra estampado en el toldo de la fachada.

NO SE DISPONE DE FOTO
INTERIOR. POLÍTICA DE LA
EMPRESA

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados, en pendiente. Calle de un único sentido, de anchura menor a las existentes en la zona nueva, muy transitada al encontrarse el centro de salud en ella. Cuenta con aparcamiento a un lado de la calle.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

73

A wide-angle photograph of a street intersection in Tui. On the left is a brick building with a sign that says 'FAROL DE VIGO'. In the center, a blue car is turning, and a person is walking. On the right, there are modern multi-story apartment buildings and a row of parked cars. The sky is overcast.

Fotografía de la calle Lugo

A photograph of the main facade of a commercial building. It is a three-story orange-colored building with large glass windows on the ground floor. Several cars are parked in front on a paved area.

Alzado principal del establecimiento

A schematic map showing the layout of buildings in a neighborhood. A red dot marks the location of the establishment. A scale bar indicates 10 meters, and a clock icon is labeled 'Localización'.

Localización: Calle Lugo
Nombre establecimiento: Expert
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: electrodomésticos
Año de apertura: -*

Descripción del establecimiento: establecimiento mayor a 200 metros cuadrados, compuesto por dos plantas rectangulares. En su interior se encuentran los productos expuestos en estantes formando filas y diferenciando por sectores los diferentes artículos. Sus tres fachadas, cada una vuelta a una calle, las forman amplios vidrios que dan claridad al local y dejan ver el interior del establecimiento. Se accede al local a través de la calle Lugo (accesible para todo persona) y cuenta también con un toldo para la protección de sus productos. El rótulo es situado entre los dos pisos de los edificios.

A photograph of the interior of the store. It shows a well-lit space with tall shelving units filled with various household appliances and products. A counter or display area is visible in the foreground.

interior establecimiento

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

74



Fotografía de la calle Lugo



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Calle Lugo**Nombre establecimiento:** A Eira**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** frutería- Alimentación**Año de apertura:** 2012

Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a unos 50 metros cuadrados en la que la disposición de la mercancía se encuentra en los laterales y en un pasillo central. Tiene un pequeño mostrador en la entrada. En su exterior, donde predomina el revestimiento en piedra, posee un amplio vano que aporta claridad y otro más pequeño que actúa como puerta de acceso con un pequeño escalón. El rótulo se sitúa en la parte superior de la fachada con grandes dimensiones y también estampado en el toldo.



interior establecimiento

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

75



Fotografía de la calle Lugo



Alzado principal del establecimiento



Localización: Calle Lugo
Nombre establecimiento: Solla
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: óptica
Año de apertura: 2005*
Descripción del establecimiento: superior a los 60 metros cuadrados en el que se dividen en diferentes cabinas para poder consultar y diagnosticar a los pacientes. El espacio de recepción y venta de gafas queda delimitado por la presencia de dos mostradores en los laterales y el tercero por los expositores de las gafas. Su exterior es caracterizado por un gran vidrio y sus llamativos rótulos en la parte superior del establecimiento. * El establecimiento se sitúa en esta calle a partir del 2005. Sus inicios, en 1993, se establecieron en la calle Augusto Besada.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

76



Fotografía de la calle Mondoñedo



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Calle Mondoñedo**Nombre establecimiento:** Veiga**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** reparación calzado-llaves**Año de apertura:** 1989

Descripción del establecimiento: establecimiento menor de 50 metros cuadrados al que el público tiene acceso a un espacio muy reducido (6 metros como máximo) ya que en la otra parte se sitúan las máquinas de trabajo. El espacio al público queda delimitado por los mostradores situados en L. Su fachada mayoritariamente de vidrio aporta claridad al local. El rótulo se sitúa en la parte superior de la fachada.

NO SE DISPONE DE FOTO
INTERIOR.

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA	
ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI	
77	
	
Fotografía de la calle Mondoñedo	
	
Alzado principal del establecimiento	
Localización: Calle Mondoñedo	
Nombre establecimiento: El Valle	
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista	
Uso: carnicería- Alimentación	
Año de apertura: 2004	
<p>Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a 50 metros cuadrados, de planta rectangular al que se accede mediante 5 escalones. El espacio es distribuido a través de las neveras frigoríficas en el que el cliente no tiene acceso al producto.</p> <p>la fachada exterior formada en piedra y con diferentes vanos que no actúan como escaparate sino para aportar claridad al interior. El rótulo está situado en la parte superior y hacia un lateral.</p> <p>Antiguamente existió otro establecimiento dedicado a la carnicería en el mismo lugar.</p>	
Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia	
	
interior establecimiento	
<p>Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.</p>	

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

78



Fotografía de la calle Mondoñedo



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Calle Lugo**Nombre establecimiento:** Rita**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** floristería**Año de apertura:** 2005

Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a 30 metros cuadrados , planta rectangular, en la que el mostrador se encuentra al fondo. Los artículos expuestos aleatoriamente en el interior del local sobre mesas. Su acceso se hace a través de la calle Mondoñedo y su exterior cuenta con un amplio escaparate que aporta claridad al interior. Su rótulo se encuentra en la parte superior anclado a la pared y debajo del toldo de protección.



interior establecimiento

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

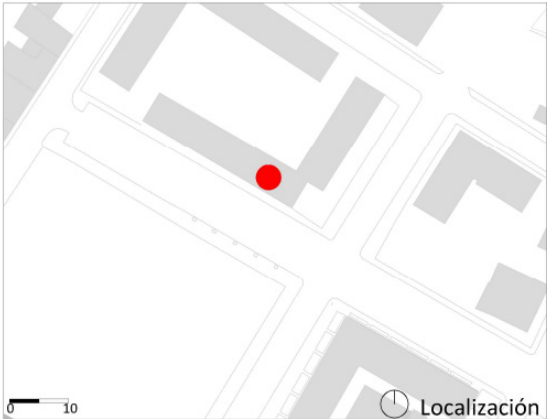
79



Fotografía de la calle Compostela



Alzado principal del establecimiento



Localización: Calle Compostela
Nombre establecimiento: Copiar
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: copistería
Año de apertura: 2013
Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los 70 metros cuadrados, de planta rectangular, con rampa de entrada. En su interior el consumidor solo puede acceder a un determinado espacio ya que el restante espacio está ocupado por las máquinas fotocopiantes. Los mostradores se encuentran cerca de la entrada delimitando el dicho espacio de acceso al consumidor. En cuanto al exterior, su fachada principal se componen de vanos de vidrio con marco de aluminio por el que dejan observar el interior del local y su rótulo situado en la parte superior.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de grandes dimensiones. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

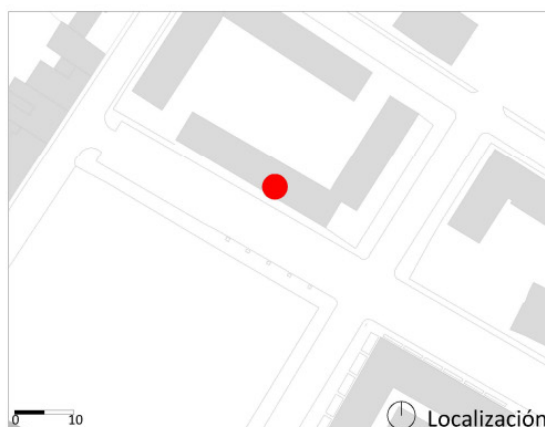
80



Fotografía de la calle Compostela



Alzado principal del establecimiento

**Localización:** Calle Compostela**Nombre establecimiento:** Tieve**Tipo establecimiento:** Establecimiento minorista**Uso:** joyería**Año de apertura:** 2001

Descripción del establecimiento: establecimiento superior a los 40 metros cuadrados, de planta rectangular, con rampa de entrada. En su interior el consumidor solo puede acceder a un determinado espacio ya que el restante espacio está delimitado por mostradores que se encuentran cerca de la entrada de dicho espacio de acceso al consumidor. En cuanto al exterior, su fachada principal se componen de una amplia cristalera que deja acceso a la entrada a través de una pequeño recibidor-expositor de vidrio. Los rótulos están situados en diversas partes de la fachada.



interior establecimiento

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de grandes dimensiones. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia

FICHA TÉCNICA

ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TUI

81



Fotografía de la calle Compostela



Alzado principal del establecimiento



Localización

Localización: Calle Compostela
Nombre establecimiento: M ^a Carmen Suarez
Tipo establecimiento: Establecimiento minorista
Uso: farmacia
Año de apertura: 1993*
Descripción del establecimiento: establecimiento inferior a 50 metros cuadrados de forma rectangular en la que los productos se encuentra expuestos en estanterías perimetrales al local. Al fondo se encuentran los mostradores de recibimiento. Su exterior formado por una grandes vanos que dejan pasar la luz hacia el interior unos, mientras que otros son cubiertos con carteles publicitarios de los productos. Se accede al local a través de una amplia puerta de vidrio. Su rótulo se sitúa en la parte superior de la fachada.

Nota: todas las fotografías y mapas son de autoría propia



interior establecimiento

Descripción de la calle: Se caracteriza por tener aceras a ambos lados de grandes dimensiones. Actualmente es una vía de doble sentido con una afluencia considerable de tráfico rodado, que se incrementa también al tener acceso al aparcamiento a ambos lados de la calle. Es una calle de gran anchura comparada con las existentes en Tui.